

NAOMI WOLF

EL MITO DE LA BELLEZA

Traducción: Matilde Pérez

Edición

Este epub es una transcripción de la edición española:

ISBN 13: 9788478880683
ISBN 10: 84-7888-068-2
Traducción: Lucrecia Moreno Royo
Editorial: Emecé Editores
Publicación: 1991
Decarga: PDF escaneado pero incompleto

a la que se le han añadido las notas de la edición estadounidense:

ISBN 13: 9780060512187
ISBN 10: 00-6051-218-0
Editorial: HarperCollins Publishers
Publicación: Octubre 2002
Descarga: PDF

Adicionalmente se han corregido algunas erratas y errores de traducción de la edición española usando como referencia la edición estadounidense.

El mito de la belleza

Es muchísimo más difícil matar a un fantasma que a una realidad.

Virginia Woolf

El temor a la libertad está fuertemente arraigado en nosotros.

Germaine Greer

Observo que está de moda... rechazar la existencia de una conspiración masculina en la opresión de las mujeres... Por mi parte, utilizando las palabras de William Lloyd Garrison, diré que no estoy dispuesta a respetar tal filosofía. Creo en el pecado, y por tanto en los pecadores; en el robo, y por tanto en los ladrones; en la esclavitud, y por tanto en los esclavistas; en el error, y por tanto en quienes se equivocan.

Ann Jonnes (Mujeres que matan)

I. El mito de la belleza

Por fin, al cabo de un largo silencio, las mujeres salieron a la calle. En las dos décadas de acciones radicales que siguieron el renacimiento del feminismo a principios de los setenta, las mujeres conquistaron derechos legales y en control de su fertilidad, alcanzaron la educación superior, ocuparon oficios y profesiones, y derribaron antiguas y respetadas creencias en cuanto a su propia función social. Pasada una generación, ¿se sienten libres las mujeres?

Las mujeres ricas, educadas y liberadas del Primer Mundo, las que gozan de libertades que nunca antes estuvieron al alcance de una mujer, no se sienten tan libres como desearían. Y ya no pueden relegar al subconsciente sus sensación de que esta falta de libertad está relacionada con cuestiones aparentemente frívolas, cosas que en realidad no deberían tener importancia. Muchas se avergüenzan de admitir que asuntos tan triviales como todo aquello relacionado con el aspecto físico, el cuerpo, la cara, el pelo y la ropa tengan tanta importancia. Pero a pesar de su vergüenza y de su sentimiento de culpa, y aunque lo nieguen, cada vez más mujeres empiezan a pensar que no se trata de que estén neuróticas y solas, sino de que hay algo muy importante que está en juego, algo implícito en la relación entre la belleza femenina y la liberación de la mujer.

Cuantos más obstáculos legales y materiales se han salvado, más severas, crueles y opresivas han sido las imágenes de la belleza femenina que las mujeres han tenido que soportar. Muchas mujeres intuyen que su progreso colectivo se ha detenido. Reina un clima desalentador de confusión, división, cinismo y, sobre todo, agotamiento. Tras años de dura lucha y poco reconocimiento, las mujeres mayores se han consumido después de arder; las más jóvenes, que lo dan ya todo por hecho, muestran poco interés en empuñar la antorcha.

Durante la última década, las mujeres han irrumpido en la estructura del poder; al mismo tiempo, los trastornos en la alimentación han ido aumentando en progresión geométrica y la cirugía plástica se ha convertido en la especialidad médica de más rápido desarrollo. Durante los últimos cinco años, los gastos de consumo se han duplicado, la pornografía se ha transformado en el principal sector de los medios de comunicación, por encima de la cinematografía común y de los discos, y 33.000 mujeres norteamericanas manifestaron en las encuestas que preferían rebajar de cinco a siete kilos de peso antes que alcanzar cualquier otra meta. Un mayor número de mujeres

tenemos más dinero, más campo de acción y más derechos legales que nunca, pero en cuanto a cómo nos sentimos respecto a nuestro físico es muy importante que estemos en realidad peor que nuestras abuelas no liberadas. Investigaciones recientes señalan con insistencia que en el interior de la mayoría de estas mujeres controladas, atractivas y triunfadoras en el campo laboral se oculta una vida subterránea y secreta que envenena su libertad: entre sus nociones sobre la belleza se infiltra una vena oscura de odio hacia sí mismas, obsesiones físicas, terror a envejecer y miedo a perder su autocontrol.

No es casual que tantas mujeres con posibilidades de acceso a posiciones de poder se sientan así. Estamos en medio de una violenta reacción contra el feminismo, que utiliza imágenes de belleza femenina como arma política para frenar el progreso de la mujer: es el mito de la belleza. Se trata de la versión moderna de una actitud social vigente desde la Revolución Industrial. Al liberarse las mujeres de *la mística femenina* de la domesticidad, el mito de la belleza vino a ocupar su lugar y se expandió para llevar a cabo su labor de control social.

«Significa muy poco para mí», dijo la sufragista Lucy Stone en 1855, «tener derecho a voto, a la propiedad y demás, si no puedo mantener mi cuerpo y su disponibilidad como un derecho absoluto.» Ochenta años más tarde, cuando las mujeres habían conquistado ya el voto y comenzaba a ceder la primera oleada de su movimiento organizado, Virginia Woolf afirmó que pasarían décadas antes de que las mujeres pudiesen decir la verdad sobre sus cuerpos. En 1962 Betty Friedan citaba a una joven mujer atrapada por *la mística femenina*: «Últimamente me miro al espejo y me aterra la idea de parecerme a mi madre». Ocho años después, anunciando la cataclísmica segunda ola del feminismo, Germaine Greer describía el «estereotipo»: «A ella pertenece todo lo bello, hasta la misma palabra belleza... es una muñeca... Estoy harta de semejante farsa». Hoy miramos por encima de las barricadas caídas. Nos ha alcanzado una revolución que lo ha cambiado todo a su paso. Ha transcurrido tiempo suficiente para que las niñitas se hayan hecho mujeres, pero aún queda un último derecho por reclamar.

El mito de la belleza se basa en esto: la cualidad llamada «belleza» tiene existencia universal y objetiva. Las mujeres deben aspirar a personificarla y los hombres deben aspirar a poseer mujeres que la personifiquen. Es un imperativo para las mujeres pero no para los hombres, y es necesaria y natural, porque es biológica, sexual y evolutiva. Los hombres fuertes luchan por poseer mujeres bellas, y las mujeres bellas tienen mayor éxito reproductivo que las otras. La

belleza de la mujer debe correlacionarse con su fertilidad, y como este sistema se basa en la selección sexual, es inevitable e inmutable.

Nada de esto es verdad. La «belleza» es un sistema monetario semejante al del patrón oro. Como cualquier economía, está determinada por lo político, y en la actualidad, en Occidente, es el último y más eficaz sistema para mantener intacta la dominación masculina. El hecho de asignar valor a una mujer dentro de una jerarquía vertical y según pautas físicas impuestas por la cultura es una expresión de las relaciones de poder, según las cuales las mujeres deben competir de forma antinatural por los recursos que los hombres se han otorgado a sí mismos.

La belleza no es universal ni inmutable, aunque Occidente pretenda que todos los ideales de belleza femenina parten de un único modelo platónico de mujer ideal. Los maoríes admiran una vulva carnosa, y los padung, los pechos caídos. Tampoco es la belleza una función del proceso evolutivo: el ideal de belleza cambia a una velocidad mucho mayor que la evolución de las especies. El mismo Charles Darwin no estaba personalmente muy convencido de su propio argumento según el cual la belleza era el resultado de una «selección sexual» que se apartaba de la ley de selección natural. Que las mujeres compitan entre sí a través de la «belleza» es la antítesis de la forma en que la selección natural afecta al resto de los mamíferos. La antropología ha demolido la idea de que las mujeres deben ser bellas para que las elijan como pareja. Evelyn Reed, Elaine Morgan y otros han rechazado los juicios sociobiológicos acerca de la poligamia innata del hombre y la monogamia innata de la mujer. En los primates superiores las hembras son las iniciadoras sexuales. No sólo buscan y gozan del sexo con muchas parejas, sino que «cada hembra no preñada exige su turno para ser la más deseable de todo el grupo, y este ciclo continúa repitiéndose durante toda su vida». El mito de la belleza tampoco ha sido siempre así. En las religiones matriarcales adoradoras de una diosa que predominaron en el Mediterráneo desde aproximadamente 25.000 a.C. hasta el 700 a.C. la situación era la contraria: «En todas las culturas la Diosa tiene numerosos amantes… Surge la nítida imagen de una mujer madura con una juventud hermosa pero efímera: Atarté y Tamuz, Venus y Adonis, Cibeles y Atis, Isis y Osiris… cuya única función es el servicio de la “matriz divina”». Tampoco se trata de algo que hagan únicamente las mujeres y que los hombres solo miren. Entre los miembros de la tribu wodaabe de Nigeria las mujeres tienen poder económico y la tribu tiene como obsesión la belleza masculina. Estos hombres pasan horas juntos dedicados a complicadas actividades cosméticas, y compiten, pintados y vestidos de forma provocativa y con movimientos de cadera y gestos seductores, en

concursos de belleza cuyos jueces son las mujeres. No hay justificación histórica ni biológica para el mito de la belleza. Sus efectos sobre la mujer de hoy son consecuencia de algo tan poco elevado como lo es la necesidad que tiene la estructura del poder, de la economía y de la cultura de montar una contraofensiva frente a las mujeres.

Si el mito de la belleza no se basa en la evolución, la sexualidad, el género, la estética o Dios, ¿en qué se basa? Afirma tener que ver con la intimidad, con el sexo, con la vida, ser un elogio de la mujer. En realidad se compone de distancia emocional, política y económica y de represión sexual. No tiene nada que ver con las mujeres. Tiene que ver con los hombres y con el poder.

Las cualidades que en determinados periodos se señalan como bellas en las mujeres son simples símbolos de la conducta femenina que dicho periodo considera deseable: el mito de la belleza siempre prescribe en realidad una conducta y no una apariencia. La competencia entre las mujeres es parte de ese mito, de tal manera que se crea la división entre ellas. La juventud y, hasta una época reciente, la virginidad se han considerado «bellas» en la mujer por representar la ignorancia sexual y la inexperiencia. Entre las mujeres, envejecer no es bello porque con el tiempo ellas adquieren mayor poder, y porque los lazos entre las generaciones de mujeres deben cortarse invariablemente: las mujeres maduras temen a las más jóvenes y éstas temen a las más mayores. Así, el mito de la belleza trunca en todos los casos el ciclo de la vida femenina. Lo más importante es que la identidad de las mujeres debe apoyarse en la premisa de nuestra belleza, de modo que nos mantendremos siempre vulnerables a la aprobación ajena, dejando expuesto a la intemperie ese órgano vital tan sensible que es el amor propio.

Aunque, por supuesto, el mito de la belleza haya existido siempre, de un modo u otro, propiciado por el sistema patriarcal, el mito de la belleza en su forma moderna es un invento bastante reciente. Este mito surge cuando las limitaciones materiales impuestas a las mujeres se suavizaron hasta un punto peligroso. Antes de la Revolución Industrial, la mujer media no podría haber abrigado los mismos sentimientos sobre la belleza que tiene la mujer de hoy. Con anterioridad al desarrollo de las tecnologías de producción en serie estaba expuesta a muy pocas imágenes de ese tipo fuera de la iglesia. Como la familia era una unidad productiva y el trabajo de la mujer complementaba el del hombre, el valor de las mujeres que no eran aristócratas ni prostitutas residía en su aptitud para el trabajo, su astucia económica, su fortaleza física y su fecundidad. La atracción física desempeñaba, obviamente, un cierto papel; pero la «belleza», tal

como nosotros la entendemos, no era para la mujer corriente una baza importante en el mercado matrimonial. El mito de la belleza fue ganando terreno pasadas las conmociones de la industrialización, a medida que se destruía la unidad de trabajo de la familia, y que la urbanización y la aparición de las fábrica exigieron una «esfera separada» de domesticidad más apta para sostener a la nueva categoría de hombre proveedor del sustento que abandonaba el hogar para dirigirse al lugar de trabajo durante el día. Se expandió la clase media, se elevó el nivel de vida y de instrucción, disminuyó el tamaño de la familia, y apareció una nueva clase de mujeres educadas y ociosas de cuyo sometimiento a una domesticidad obligada dependía el sistema del capitalismo industrial en pleno desarrollo. La mayoría de nuestras ideas sobre qué piensan las mujeres de la belleza no datan de mucho antes de la década de 1830, cuando por primera vez se consolidó el culto a la domesticidad y se inventó el índice de belleza.

Por primera vez las nuevas tecnologías podían representar mediante láminas, daguerrotipos y fotograbados el aspecto que debía tener la mujer. En la década de 1840 se tomaron las primeras fotografías de prostitutas desnudas, y a mediados del siglo aparecieron los primeros anuncios en los que se utilizaban imágenes de mujeres «bellas». Las copias de obras de arte clásicas, las tarjetas postales de las bellezas del mundo social y de las amantes de la realeza, las estampas de Currier & Ives las estatuillas de porcelana inundaron la «esfera separada» a la que estaban relegadas las mujeres de la clase media. El mito de la belleza era sólo una de las varias ficciones sociales en auge que se hacían pasar por componentes naturales de la esfera femenina, con el fin de poder encerrar mejor a las mujeres dentro de sus confines. Otras ficciones semejantes surgieron en la misma época: la versión de una infancia que requería una incesante supervisión materna; un concepto de la biología femenina que exigía a la mujer de clase media representar el papel de histérica e hipocondríaca; la idea de que las mujeres virtuosas estaban «sexualmente anestesiadas», y una definición del trabajo femenino que las ocupaba en tareas repetitivas, prolongadas y laboriosas como la costura y los encajes. Todos estos inventos victorianos tuvieron una doble función, es decir, que si bien aparecieron para aprovechar la energía e inteligencia de la mujer en actividades inofensivas, a menudo ella la utilizaba como medios para expresar verdadera pasión y creatividad.

A pesar de la creatividad de la mujer de clase media en la moda, el bordado, la crianza de hijos y, un siglo más tarde, en el papel del ama de casa acomodada, descendiente de las ficciones sociales mencionadas, el objetivo principal de estas ficciones se cumplió, pues durante un siglo y medio de agitación feminista sin precedentes,

contrarrestaron con eficacia un ocio nuevo y peligroso, la educación y una relativa libertad frente a las limitaciones materiales.

Si bien estas alienantes ficciones sobre el papel natural de las mujeres se adaptaron para resurgir en *la mística femenina* de la posguerra, más tarde sufrieron una derrota transitoria cuando la segunda ola del movimiento feminista eliminó el «romanticismo», la «ciencia» y la «aventura» de las tareas domésticas y la vida familiar. La empalagosa ficción doméstica de «estar todos juntos» perdió todo significado y una masa de mujeres de clase media abandonó el hogar saliendo por la puerta principal.

Así que las ficciones se limitaron a transformarse una vez más: volvieron a imponer sobre las caras y los cuerpos de las mujeres liberadas todas las limitaciones, tabúes y castigos de las leyes represivas, de las prohibiciones religiosas y de la esclavitud reproductiva que habían dejado de tener suficiente fuerza. Un trabajo inagotable, aunque efímero, alrededor de la belleza reemplazó el también inagotable y efímero trabajo doméstico. Mientras la economía, la ley, la religión, los hábitos sexuales, la educación y la cultura se abrían por la fuerza para situar a las mujeres en condiciones más justas, la conciencia femenina comenzó a poblarse de una realidad secreta. Mediante la utilización de nuevos conceptos sobre la belleza se reconstruyó un mundo femenino alternativo con sus propias leyes, actividades, religión, sexualidad y educación, siendo cada uno de estos elementos tan represivo o más que sus antecedentes del pasado.

Como el ángulo de ataque psicológico es el mejor para debilitar a la mujer occidental de clase media, ahora que materialmente es más fuerte, el mito de la belleza, tal como ha resurgido durante la última generación, ha debido recurrir a un perfeccionamiento tecnológico y un fervor reaccionario mucho mayores que en el pasado. El arsenal moderno del mito consiste en la diseminación de millones de imágenes del ideal del momento. Si bien en general se considera este bombardeo como una fantasía sexual colectiva, la verdad es que tiene muy poco de sexual. Se alimenta en el temor político de las instituciones dominadas por los hombres, que ven una amenaza en la liberación de la mujer, a la vez que explota el sentido de culpa y la aprensión de las propias mujeres frente a nuestra liberación, ese temor latente de haber ido, quizá, demasiado lejos. La frenética acumulación de imágenes es una alucinación colectiva reaccionaria, engendrada tanto por los hombres como por mujeres aturdidas y desorientadas por la rapidez con que se han trasformado las relaciones entre ambos sexos: es un muro de contención contra ese aluvión de cambios. La

representación masiva de la mujer de hoy como una «belleza» es una contradicción: donde la mujer crece, se mueve y expresa su individualidad, la «belleza» es por definición inerte, eterna y genérica. Que esta alucinación es necesaria y deliberada resulta evidente en el hecho de que la «belleza» contradice directamente la situación real de las mujeres.

Más aún, esta alucinación inconsciente se hace cada vez más persuasiva e influyente debido a lo que hoy es una manipulación consciente del mercado: el desarrollo de poderosas industrias -una industria dietética de 32.000 millones de dólares, una industria cosmética de 20.000 millones, una industria de cirugía plástica de 300 millones y una industria pornográfica de 7.000 millones-, todas ellas surgidas del capital originado a partir de las ansiedades inconscientes y que, a su vez, son capaces de explotar, reforzar y estimular la alucinación en una espiral cada vez mayor.

No se trata de una teoría de la conspiración, ni tiene por qué serlo. Las sociedades suelen repetir las ficciones que necesitan, tal como lo hacen los individuos y las familias. Henrik Ibsen las llamó «mentiras vitales», y el psicólogo Daniel Goleman describe su mecanismo en el plano social como semejante al observado dentro de la familia: «El engaño se mantiene desviando la atención del hecho que inspira temor, o bien dando a su significado una envoltura más aceptable». Los costos de estos puntos ciegos en el plano social, según Goleman, son ilusiones colectivas destructivas. Las posibilidades para la mujer han llegado a ser tan infinitas que amenazan con desestabilizar las instituciones en que descansaba la cultura dominada por el hombre, y la reacción de pánico por parte de ambos sexos ha provocado una demanda de imágenes neutralizadoras.

La alucinación resultante se materializa, en el caso de las mujeres, en algo muy real. Algo que ya no es tan sólo una idea, sino que adquiere ahora un carácter tridimensional, incorporando en sus contenidos cómo viven y cómo no viven las mujeres. Se ha transformado en la Doncella de Hierro. La Doncella de Hierro originaria era un instrumento medieval de tortura de origen alemán, un ataúd en forma de cuerpo humano en el que aparecían pintados los miembros y la cara de una hermosa joven sonriente. Lentamente se encerraba allí a la infortunada víctima, luego caía la tapa y se cerraba del todo para inmovilizarla, dejándola morir de inanición o bien, con menor crueldad, por efecto de las cuchillas clavadas en el interior. La versión moderna en cuya trampa caen las mujeres, empujadas o por propia voluntad, tiene la misma rigidez y crueldad, además de su decorado eufemístico. La cultura contemporánea dirige su atención a la imagen

de la Doncella de Hierro, mientras censura el rostro y el cuerpo de la mujer real.

¿Por qué el orden social siente la necesidad de defenderse eludiendo la existencia de la mujer real con su cara, su voz y su cuerpo y reduciendo su significado a las imágenes basadas en formulas «bellas» y reproducidas hasta el infinito? Aunque las ansiedades inconscientes de tipo personal pueden ser una fuerza poderosa en la creación de una mentira vital, la necesidad económica prácticamente la garantiza. Una economía que depende de la esclavitud necesita promover la imagen de la esclava para «justificarse» a sí misma. Para ello no hace falta una conspiración, sino simplemente una atmósfera. La economía contemporánea depende en este momento de la representación de la mujer dentro del mito de la belleza. El economista John Kenneth Galbraith ofrece una interpretación económica de la persistencia de la visión del trabajo doméstico como «una vocación superior»: el concepto de la mujer naturalmente atrapada dentro de *la mística femenina*, según él, «nos es impuesto por la sociología popular, las revistas y la ficción con el fin de disimular el hecho de que la mujer en su papel de consumidora ha sido esencial en el desarrollo de nuestra sociedad industrial… Si una conducta es esencial por razones económicas se la transforma en una virtud social». Cuando el valor social básico de la mujer dejó de ser la consecución de la domesticidad virtuosa, el mito de la belleza hizo que el nuevo valor principal fuera la consecución de la belleza virtuosa. El objetivo era introducir un nuevo imperativo consumista y una nueva justificación para la injusticia económica en el trabajo allí donde los anteriores habían perdido su dominio sobre las mujeres recientemente liberadas.

Una alucinación más surgió para acompañar a la Doncella de Hierro: se resucitó la caricatura de la Feminista Fea para que siguiese todos los pasos del movimiento de liberación. Tal caricatura carece de originalidad, ya que se acuñó para ridiculizar a las feministas del siglo XIX. La misma Lucy Stone, a quien sus seguidores veían como «prototipo de la gracia femenina… fresca y hermosa como la mañana», fue objeto de las burlas de sus detractores al presentarla con el «retrato habitual» de las feministas victorianas: «una mujer tosca y masculina, que usa botas, fuma cigarros y maldice como un carretero». Tal como expresó Betty Friedan en su acertado pronóstico de 1960, aun antes del feroz resurgir de la antigua caricatura: «La desagradable imagen de la feminista de hoy tiene menos semejanza con las mismas feministas que la imagen auspiciada por los intereses que tan acerbamente se opusieron al voto femenino en un Estado tras otro». Treinta años más tarde su conclusión tiene más validez que nunca. Tras el éxito de la segunda ola del movimiento feminista, el mito de la

belleza se perfeccionó para contener los avances en todos los niveles de la vida individual de las mujeres. Las neurosis actuales de la vida en relación con el cuerpo femenino se han propagado de una mujer a otra en proporciones epidémicas. El mito está socavando lenta, imperceptiblemente, sin que nos demos cuenta de las verdaderas fuerzas que intervienen en la erosión, el terreno ganado por las mujeres a través de una larga, dura y honorable lucha.

El mito de la belleza de hoy es más insidioso que ninguna de las místicas femeninas anteriores. Hace un siglo, Nora cerró con fuerza la puerta de la casa de muñecas; hace una generación, las mujeres dieron la espalda al paraíso consumista de un hogar lleno de electrodomésticos; pero en la trampa donde se encierra hoy a las mujeres no hay puerta que cerrar. Los estragos del mito de la belleza nos destruyen físicamente y nos provocan un debilitamiento psicológico. Si hemos de liberarnos del peso muerto en que se ha vuelto a convertirse hoy el ser mujer, no son votaciones, antesalas políticas ni pancartas lo que se necesita; se necesita una nueva manera de ver las cosas.

II. Trabajo

Puesto que los hombres han usado la «belleza» de la mujer como moneda de cambio entre ellos, las ideas sobre la belleza han ido evolucionando desde la Revolución Industrial a la par que las ideas sobre el dinero, de modo que los dos términos son prácticamente paralelos dentro de nuestra economía de consumo. Se dice de una mujer que es más hermosa que un millón de dólares, que es una belleza de primera clase, que en su cara tiene una fortuna. En los merados matrimoniales de la burguesía del siglo pasado, las mujeres aprendieron a entender su propia belleza como parte de esta economía.

Antes de que el movimiento feminista irrumpiera en el mercado laboral, tanto las mujeres como los hombres estaban acostumbrados a considerar la belleza como un bien. Ambos sexos estaban preparados para el paso siguiente: a medida que las mujeres exigían el acceso al poder, las estructuras de poder utilizaban materialmente el mito de la belleza para socavar el avance femenino.

Un transformador se conecta por un extremo a una máquina y por el otro a una fuente de energía, con el fin de convertir una corriente no aprovechable en otra compatible con la máquina. En las últimas décadas se ha institucionalizado el mito de la belleza como transformador entre las mujeres y la vida pública. Conecta la energía de las mujeres a la máquina del poder, alterando lo menos posible dicha máquina mientras ellas se adaptan. Al mismo tiempo la energía femenina se debilita en su punto de origen. La idea es asegurarse de que la máquina transforma realmente la energía de las mujeres en un código conveniente para la estructura del poder.

Con la decadencia de *la mística femenina*, las mujeres se incorporaron en gran número a la masa laboral. El número de mujeres empleadas aumentó del 31,8% después de la Segunda Guerra Mundial al 53,4% en 1984. De las mujeres de 25 a 54 años de edad, el 66,6% está empleado. En Suecia trabaja el 77% y en Francia el 55%. Hacia 1986 el 63% de las mujeres británicas tenía un trabajo remunerado. Con la incorporación de estas mujeres a la fuerza de trabajo, la economía laboral se apoderó, íntegramente, del sistema de valores del mercado matrimonial con el fin de utilizarlo contra las pretensiones de las mujeres de acceder al trabajo. El entusiasmo con que el mercado laboral confirió un valor económico a las cualidades aceptadas en el mercado matrimonial prueba que la utilización del mito de la belleza es de carácter político y no sexual. El mercado laboral refinó este mito

como medio para legitimar la discriminación contra las mujeres.

Cuando las mujeres escalaron la cima de la estructura del poder durante la década de 1980, se produjo por fin la fusión de las dos economías. La belleza dejó de ser una forma simbólica de moneda; se convirtió, literalmente, en dinero. El sistema de cambio informal del mercado matrimonial adquirió un carácter formal en el lugar de trabajo y quedó consagrado legalmente. Mientras las mujeres escapaban de la venta de su sexualidad en un mercado matrimonial en el que estaban prisioneras debido a su dependencia económica, esta nueva tentativa de alcanzar la independencia económica chocaba con un sistema de trueque casi idéntico. Y cuanto más alto escalaban las mujeres durante este periodo por los peldaños de las jerarquías profesionales, con mayor ahínco actuaba el mito de la belleza para obstaculizarles cada paso.

Nunca ha habido un grupo inmigrante con tanto potencial desestabilizador que haya pedido una oportunidad justa para competir por el acceso al poder. Veamos qué amenaza la estructura del poder según los estereotipos de otros grupos recién llegados. Se teme a los judíos por su tradición cultural y, en el caso de lo que provienen de Europa Occidental, por sus nostalgias de una *haute bourgeoisie*. Los asiáticos en los Estados Unidos y en Gran Bretaña, los argelinos en Francia y los turcos en Alemania son temidos por ser una mano de obra barata, típica del Tercer Mundo. La clase inferior de los negros americanos es motivo de temor por la fusión explosiva de su conciencia de minoría y su furia. Por la pacífica familiaridad de las mujeres con la cultura dominante, por sus expectativas burguesas si son de clase media, por sus hábitos de trabajo propios del Tercer Mundo y por su potencial capacidad para fusionar el resentimiento con las aspiraciones de una clase inferior galvanizada, la estructura del poder ve con razón en ellas un conglomerado a lo Frankestein de sus peores miedos a las minorías. La discriminación por criterios de belleza se ha hecho necesaria no por considerar que las mujeres puedan no ser suficientemente aptas, sino porque sean, como así ha sido siempre, doblemente aptas.

Además, ante este grupo de inmigrantes, los «chicos» se enfrentan con un monstruo de proporciones mucho mayores que el formado por otras minorías étnicas, porque las mujeres no somos una minoría. Con el 52,4% de la población, las mujeres somos la mayoría.

Así cabe explicarse el carácter feroz de la reacción que supone la belleza. Aclara asimismo por qué su desarrollo ha llegado a ser totalitario con tanta rapidez. La presión sobre la élite del poder puede

ser comprendida por cualquier dirigente minoritario de una mayoría inquieta que comienza a apreciar su considerable fuerza. En una meritocracia merecedora de tal nombre, la gravedad creciente de los acontecimientos no sólo cambiaría rápida y definitivamente a quien detenta el poder, sino que podría determinar además cómo sería y qué nuevas metas habría de perseguir.

Los empresarios no han desarrollado la discriminación en materia de belleza simplemente porque quieren embellecer sus oficinas. Lo han hecho por puro miedo. Desde el punto de vista de la estructura del poder este miedo tiene bases firmes. En efecto, la reacción en favor de la belleza es absolutamente necesaria para la supervivencia de la estructura del poder.

Las mujeres trabajan mucho, dos veces más que los hombres.

En todo el mundo, y desde hace mucho más tiempo que el registrado en los anales, esto ha sido cierto. La historiadora Rosalind Miles señala que en las sociedades prehistóricas «las tareas de las mujeres primitivas eran exigentes, incesantes, variadas y duras. De elaborarse un catálogo del trabajo en sus comienzos, se vería a las mujeres realizando cinco tareas mientras los hombres hacían una». En las sociedades tribales de hoy, «trabajando sin pausa durante las horas del día, las mujeres producen regularmente hasta el 80% del consumo total de alimento de la tribu... los miembros del sexo masculino realizaban y realizan sólo la quinta parte del trabajo necesario para la supervivencia del grupo, mientras que las cuatro quintas partes restantes son efectuadas enteramente por las mujeres».

En la Inglaterra el siglo XVII, la duquesa de Newcastle escribió que las mujeres «trabajan como bestias». Antes de la Revolución Industrial, «ningún trabajo era demasiado duro, ninguna tarea demasiado agotadora para excluirlas a ellas». Durante la explotación del sistema de fábricas del siglo XIX, «las mujeres trabajaban universalmente más... y recibían menor paga» que los hombres, «por estar todos los patronos de acuerdo en que “era más fácil inducir a las mujeres a sufrir fatiga física que a los hombres”». En la actualidad, la proporción de cinco a uno del trabajo de las mujeres comparado con el de los hombres ha descendido a un «civilizado» dos a uno. Tal proporción es fija e internacional. Según el Instituto Humphrey de Asuntos Públicos, «mientras las mujeres representan el 50% de la población mundial, cubren cerca de los dos tercios del total de horas de trabajo y reciben sólo la décima parte de los ingresos mundiales, además de poseer menos del 1% de los bienes mundiales». El *Informe de la Conferencia Mundial de las Naciones Unidas para la Década de la Mujer* corrobora

este hecho: cuando se incluye el trabajo doméstico, «las mujeres en todo el mundo trabajan, en definitiva, el doble de horas que los hombres».

Las mujeres trabajan más duramente que los hombres, sean orientales u occidentales, amas de casa o trabajadoras. Una mujer paquistaní dedica 63 horas a la semana exclusivamente al trabajo doméstico, mientras que el ama de casa occidental, con agua corriente y una cocina bien equipada, trabaja sólo seis horas menos. «Corresponde calificar el trabajo doméstico como un no trabajo», escribe Ann Oakley. Un estudio reciente muestra que si se pagase el trabajo doméstico de las mujeres casadas, los ingresos familiares aumentarían en un 60%. El trabajo doméstico suma un total de 40.000 millones de horas de la capacidad laboral de Francia. El trabajo voluntario de las mujeres en los Estados Unidos llega a 18.000 millones de dólares al año. Las economías de los países industrializados se derrumbarían si las mujeres no realizasen el trabajo que hacen de forma gratuita. En todo Occidente arroja del 25% al 40% del PNB.

¿Y qué ocurre con la Mujer Nueva, con su empleo responsable y a tiempo completo? La economista Nancy Barret afirma que «no se han producido grandes cambios en la división del trabajo dentro de la casa paralelamente a la participación creciente de las mujeres en la fuerza laboral». En otros términos, si bien la mujer cumple un trabajo remunerado a tiempo completo, continúa realizando todo o casi todo el trabajo no remunerado que realizaba antes. En los Estados Unidos, los compañeros de mujeres empleadas fuera del hogar les prestan *menos* ayuda que los compañeros de las amas de casa. Los maridos de éstas ayudan durante una hora y quince minutos al día, mientras que los maridos de las mujeres que trabajan a tiempo completo las ayudan menos de la mitad de ese tiempo, es decir, 36 minutos. El 90% de las mujeres y el 85% de los maridos dicen que la mujer realiza «todas o casi todas» las tareas de la casa. A las profesionales no les va mucho mejor en los Estados Unidos. La socióloga Arlie Hochschild, en su libro *The Second Shift* (El segundo turno), comprobó que en las parejas donde ambos son profesionales, las mujeres vuelven a casa para cumplir el 75% de las tareas domésticas. Los hombres casados en los Estados Unidos realizan sólo un 10% más del trabajo doméstico que hace veinte años. La semana de trabajo de la mujer estadounidense supera la del hombre en 21 horas. La economista Heidi Hartmann demuestra que «los hombres exigen en realidad ocho horas de servicios más que las que aportan ellos». En Italia el 85% de las madres con hijos y empleos remunerados a tiempo completo están casadas con hombres que no comparten ninguna tarea doméstica. La mujer media europea con un empleo remunerado tiene un 33% menos

de tiempo libre que su marido. En Kenia, dados recursos desiguales, las cosechas de las mujeres fueron iguales a las de los hombres; dados recursos iguales, ellas produjeron cosechas mayores y con mayor eficiencia.

El Chase Manhattan Bank calcula que las mujeres estadounidenses trabajan semanalmente 99,6 horas. En Occidente, donde el trabajo remunerado se basa en una semana laboral de 40 horas, el hecho ineludible con que se enfrenta la estructura del poder es que las mujeres recién llegadas al campo laboral provienen de un grupo acostumbrado a trabajar el doble, en esfuerzo y en tiempo, que los hombres. Y no por un salario inferior, sino por ninguno.

Hasta la década de los sesenta, la idea convencional de que el trabajo no remunerado de la casa no es «realmente trabajo» contribuyó a confundir las nociones de la mujer en cuanto a su tradición laboral de trabajo intenso. Semejante táctica deja de ser efectiva cuando las mujeres comienzan a realizar trabajos que los hombres reconocen como masculinos, es decir, trabajos que merecen una retribución.

En Occidente, durante la generación pasada, muchas de estas irrecuperables trabajadoras adquirieron también una educación igual a la de los hombres. En la década de los cincuenta sólo el 20% de los estudiantes universitarios eran mujeres, y de ellas sólo la tercera parte llegaba a graduarse, en comparación con el 54% de la actualidad. En 1986, el 40% de los universitarios del Reino Unido eran mujeres. ¿Qué debe esperar un sistema llamado meritocrático cuando las mujeres llaman a sus puertas?

Si lo entretejiéramos como una resistente red de generación en generación, el duro trabajo de la mujer multiplicaría desproporcionadamente la superioridad femenina. La reacción se provocó porque el gran amor propio de las mujeres debía conducir al pago, tanto tiempo postergado, del «segundo turno», lo cual supondría un costo inmensamente elevado para los empresarios y para el gobierno. Se provocó también porque, aunque seguían soportando el peso del «segundo turno» del trabajo doméstico, las mujeres no dejaban de abrir brechas en la estructura del poder. En los Estados Unidos, entre 1960 y 1990, el número de juezas y abogadas aumentó de 7.500 a 180.000; las médicas pasaron de 15.672 a 108.200; las ingenieras, de 7.404 a 174.000. En los últimos quince años, el número de mujeres que ocupan cargos electivos locales se ha triplicado, llegando a 18.000. En los Estados Unidos ocupan hoy el 50% de los puestos ejecutivos y el 25% de los cargos medios. Son el 50% de los contables diplomados, el 33% de los *masters* en administración de

empresas, el 50% de los abogados que se gradúan, el 25% de los médicos y el 50% de los directores y gerentes de los cincuenta bancos comerciales más importantes. Según una encuesta de la revista *Fortune*, el 60% de mujeres directoras de compañías de alto nivel tiene un ingreso medio de 117.000 dólares anuales. Aun trabajando en dos turnos, con semejante ritmo, no dejarían de desafiar el *statu quo*. *Alguien debía inventar de inmediato un tercer turno*.

Las probabilidades de que se produjese la reacción se subestimaron, porque en la mentalidad estadounidense se celebra el triunfo pero se tiende a no tener en cuenta su corolario, es decir, que alguien gana porque otros pierden. La economista Marilyn Waring reconoce que «los hombres no están muy dispuestos a renunciar a un sistema en el que la mitad de la población trabaja por poco menos que nada», y admite además que «precisamente porque esa mitad trabaja por una remuneración tan baja, puede que no tenga energía suficiente para luchar por nada». Patricia Ireland, de la National Organization of Women, se muestra de acuerdo: la verdadera meritocracia implica para los hombres «más competencia en el trabajo y más trabajo doméstico en casa». Lo que este mensaje reivindicativo pasa por alto es la reacción de esa mitad de la élite dirigente que ocupa puestos que corresponden por derechos de mérito a las mujeres y que, si éstas pudiesen ascender libremente por la escala, ellos perderían.

Es necesario contrarrestar el temible potencial de este grupo inmigrante, pues de lo contrario la élite tradicional se encontrará en desventaja. Un niño blanco de sexo masculino y clase alta es, por definición, alguien que no necesita tener dos o tres empleos a la vez, que no tiene la sed de la educación porque proviene de una herencia de analfabetismo tan antigua como la historia escrita, y que, por último, no se enfada porque lo dejen fuera.

¿Con qué puede defenderse la estructura del poder contra esta arremetida? Puede intentar reforzar el segundo turno. El 68% de las mujeres con hijos menores de 18 años forman parte de la fuerza laboral de los Estados Unidos, cifra que significa un aumento del 28% desde 1960. En Reino Unido, el 58% de las madres con hijos menores trabajan en tareas remuneradas. El 45% de las mujeres estadounidenses que trabajan son solteras, divorciadas, viudas o separadas, y son el único sostén económico de sus hijos. El deficiente sistema estatal de atención a los niños en Estados Unidos y aun en Europa actúa como una verdadera traba en cada intento de avance de este grupo inmigrante. Pero las mujeres que pueden permitírselo emplean a mujeres más pobres para realizar tareas domésticas y hacerse cargo del cuidado de sus hijos. Esa táctica, pues, ha resultado

ineficaz para contener a la clase de mujeres que la estructura del poder más teme. Lo que hacía falta eran unos grilletes que fuesen un reemplazo total, una nueva carga material capaz de absorber el exceso de energía y de disminuir su confianza en sí mismas, una ideología para la producción de mujeres trabajadoras en caso necesario, pero sólo dentro de un molde deseado.

En todo Occidente el empleo de las mujeres fue estimulado por el desgaste generalizado de la base industrial y el desplazamiento hacia las tecnologías de información y servicios. El descenso en las tasas de natalidad de la posguerra y la consiguiente falta de mano de obra significa que las mujeres *son* bienvenidas a la reserva laboral en calidad de esclavas siempre disponibles, sin sindicar y mal remuneradas, formando el gueto de las *pink collars*[1]. El economista Marvin Harris describe a las mujeres como una reserva de trabajo «instruida y dócil», siendo por lo tanto «candidatas ideales para las tareas de proceso de información y de personal que generan las modernas empresas de servicios». Las cualidades de esta reserva laboral que más convienen a los empresarios son una baja autoestima, tolerancia para realizar tareas monótonas y repetitivas, falta de ambición, gran conformismo, mayor respeto hacia los hombres (que son sus superiores) que hacia las mujeres (que trabajan junto a ellas) y poco sentido del control de sus propias vidas. En un nivel más alto, se acepta a la mujer ejecutiva de categoría media siempre que se identifique con los hombres y no se empeñe demasiado en llegar a la cúpula de cristal. Las mujeres que han alcanzado el nivel máximo son símbolos útiles, en quienes la tradición femenina se ha extinguido por completo. El mito de la belleza es la mejor y más reciente técnica para crear una fuerza laboral semejante, ya que actúa entre las mujeres durante sus horas de trabajo, y añade así un tercer turno a su tiempo de ocio.

La supermujer, ignorante de lo que implicaba en realidad, debió añadir en su agenda *profesional* un elaborado trabajo de «belleza». Su nuevo cometido se hizo cada vez más riguroso: el dinero, la aptitud y la destreza invertidos no debían caer por debajo del nivel que antes de que las mujeres irrumpieran en la estructura del poder sólo se exigía a las bellezas profesionales en trabajos de exhibición. Así las mujeres asumieron a la vez los papeles de amas de casa profesionales, ambiciosas profesionales y bellezas profesionales.

El requisito de belleza profesional

Antes de que las mujeres se incorporasen masivamente a la fuerza laboral, existía una clase claramente definida a la que se remuneraba explícitamente por su «belleza»: mujeres que trabajaban en profesiones de exhibición, como modelos, actrices, bailarinas y trabajadoras del sexo bien remuneradas, como las acompañantes. Hasta la emancipación femenina las bellezas profesionales eran un grupo anónimo, de rango social bajo, poco respetadas. Cuanta mayor fuerza adquieren las mujeres, más prestigio, fama y dinero se concede a las profesiones de exhibición. Se las sitúa cada vez más alto, por encima de las cabezas de mujeres que están ascendiendo, como ejemplos dignos a emular.

Lo que sucede en la actualidad es que todas las profesiones en que las mujeres ganan terreno están siendo rápidamente reclasificadas, *en lo que a las mujeres se refiere*, como profesiones de exhibición. Se crean categorías para la «belleza» en profesiones y oficios cada vez más alejados de las tradicionales profesiones de exhibición, como una versión de lo que la ley estadounidense contra la discriminación por sexo llama BFOQ (*Bona Fide Occupational Qualification*), que en Gran Bretaña se llama GOQ (*Genuine Occupational Qualification*), es decir, requisito exigido de buena fe para realizar un determinado trabajo, o bien una aptitud genuina: es necesario, por ejemplo, ser mujer para trabajar como ama de cría, o ser hombre para donar semen.

La legislación sobre la igualdad de oportunidades para ambos sexos señala la BFOQ o la GOQ como el caso *excepcional* en el que la discriminación al contratar es justa porque el trabajo mismo requiere un sexo específico. Como excepción consciente de la ley de igualdad de oportunidades que es, está definida en términos sumamente restringidos. Lo que ocurre en este momento es que una parodia de la BFOQ, que yo llamaría RBP, es decir, Requisito de Belleza Profesional, está siendo *ampliamente* institucionalizado como condición para el empleo de las mujeres y su ulterior ascenso. Al apropiarse de mala fe del lenguaje utilizado con buena fe en la BFOQ, quienes manipulan el requisito de belleza profesional pueden defenderlo como no discriminatorio con el argumento de que es un requisito indispensable para realizar bien el trabajo. Puesto que este requisito se ha exigido hasta ahora en proporción abrumadora a la mujer en el trabajo y no a los hombres, utilizarlo para contratar y para conceder ascensos -y para acosar y despedir- es, en realidad, discriminación en razón del sexo y debe entenderse como una violación del Artículo VII de la Ley de Derechos Civiles de 1964 en los Estados Unidos y de la Ley Contra la

Discriminación por Sexo en Gran Bretaña. De hecho, durante este periodo se han desarrollado tres nuevas mentiras vitales para enmascarar la verdad. La verdadera función de la RBP en el lugar de trabajo es proporcionar un medio sin riesgos y sin problemas legales para aplicar la discriminación contra las mujeres. Primera Mentira Vital: había que definir la «belleza» como *una condición necesaria y legítima para el acceso de las mujeres al poder*.

Segunda Mentira Vital: el fin discriminatorio de la Primera Mentira Vital debía ser enmascarado (especialmente en Estados Unidos, donde hay una gran sensibilidad hacia la retórica sobre la igualdad de oportunidades), integrándolo dentro de los ideales del Sueño Americano. Cualquier mujer puede adquirir la belleza mediante el trabajo intenso y la iniciativa. Estas dos mentiras actuaron conjuntamente para que la aplicación del RBP por parte de los patronos pudiese disfrazarse como una prueba válida del mérito de una mujer y de la extensión de sus obligaciones profesionales. Tercera Mentira Vital: se dijo a la mujer trabajadora que debía entender la «belleza» en unos términos que socavaban, paso a paso, el modo de pensar surgido de los éxitos del movimiento feminista. Esta última Mentira Vital aplicaba a la vida individual de la mujer la regla básica del mito: por cada acción feminista hay una reacción opuesta del mito de la belleza. En la década de los ochenta resultó evidente que, a medida que aumentaba el poder de las mujeres, aumentaba también la importancia de la belleza. Cuanto más se aproximaba la mujer al poder, mayor conciencia en su propio físico se le exigía. La «belleza» se convierte en la condición necesaria para dar el siguiente paso. Ahora eres demasiado rica, pero nunca serás demasiado delgada. La fijación por la belleza de la década de los ochenta ha sido, a la vez que una barrera de contención y equilibrio, la consecuencia directa del ingreso de las mujeres en los puestos de poder. Los triunfos de las ideologías en torno de la belleza en esta década surgieron de un temor real, por parte de las instituciones centrales de nuestra sociedad, por lo que podría suceder si las mujeres libres avanzasen libremente con sus cuerpos libres e irrumpiesen en un sistema auto denominado meritocracia. Para volver a la metáfora del transformador, es el temor de que la fuerza de una energía femenina sin mediación y con una *longitud de onda femenina* quebrase el delicado equilibrio del sistema.

El cable de conexión del transformador es la ideología que se crea en las revistas femeninas. Utilizando un lenguaje de ensueño para la meritocracia («Consigue el cuerpo que te mereces», «Una figura estupenda no se obtiene sin esfuerzo»), el espíritu de empresa («Aprovecha al máximo tu capital de bienes naturales»), la responsabilidad absoluta sobre las medidas corporales el

envejecimiento («Realmente *puedes* remodelar tu cuerpo», «Tus rasgos faciales están ahora bajo tu control»), e, incluso, confesiones públicas («Por fin puedes conocer el secreto guardado tantos años por las mujeres más bellas»), mantienen a las mujeres consumiendo los productos anunciados en busca de su transformación personal para alcanzar un estatus que la sociedad consumista proporciona a los hombres en forma de dinero. Por una parte, las promesas de mejorar que ofrecen las revistas femeninas, en el sentido de que las mejores pueden lograrlo todo por sus propios medios, son muy atractivas para quienes hasta hace poco oían decir siempre que no podían hacer nada por sí mismas. Por otra parte, como señala la economista Ruth Sidel, el Sueño Americano protege, en definitiva, el *statu quo*: «Desalienta a las capas inferiores ante cualquier intento de llevar a cabo un análisis político y económico viable del sistema americano [en este caso, del mito de la belleza], promoviendo, en cambio, la mentalidad de culpar a la víctima... la creencia de que si el individuo trabajase más y se esforzase más, él [o ella] lo "conseguirían"». Pero el mito de la belleza profesional, de la mujer contra la naturaleza, daña a las mujeres del mismo modo en que el modelo original daña a los hombres, al omitir la frase «siendo iguales las demás condiciones».

La transferencia es completa -y, casualmente, dañina- cuando a través de este sueño se persuade a las mujeres de que recorten sus deseos y su autoestima hasta adaptarlos a las exigencias discriminatorias del lugar de trabajo, a la vez que se echan las culpas por los fallos del sistema.

Las mujeres aceptaron el requisito de la belleza profesional con una resistencia mucho menor que la mostrada por otros grupos laborales frente a demandas del empresario poco razonables, perjudiciales y no negociadas. El RBP explota un sentimiento de culpabilidad del que no ha tenido tiempo de deshacerse: las mujeres profesionales más afortunadas se sienten culpables por tener poder, o por sentir el placer «egoísta» de dedicarse a un trabajo creativo. Para la gran mayoría restante, las que mantienen a sus hijos, total o parcialmente, con su bajo sueldo, la culpabilidad por no poder darles más por no poder hacer mayores esfuerzos para el bien de su familia. El RBP canaliza ciertos temores residuales. Para la mujer de clase media, valorada hasta hace poco por su disposición a someterse al aislamiento del hogar, la vida en la calle y la oficina entraña peligros desconocidos, ya que la expone a un examen público que su madre y su abuela evitaban a toda costa. Desde hace largo tiempo las mujeres de la clase trabajadora han soportado una explotación brutal en su lugar de trabajo que quizá la «belleza» podía atemperar. Las mujeres de todas las clases saben que el éxito se considera feo y que merece un castigo

apropiado. Además hay muy pocas mujeres, de cualquier clase, que hayan podido manejar su dinero propio.

Acostumbradas a considerar la belleza como fuente de riqueza, las mujeres estaban predispuestas a aceptar un sistema de recompensa económica directa que sustituyese el sistema de recompensa indirecta del mercado matrimonial. La equiparación de la belleza con el dinero no fue objeto de un análisis detenido, y el placebo de la belleza, creado por el poder, se redefinió para prometer a las mujeres la clase de poder que el dinero da a los hombres. Utilizando una lógica similar a la que llevó a las amas de casa de los setenta a sumar el valor de mercado de su trabajo doméstico, las mujeres advirtieron que el sistema «meritocrático» estaba demasiado desequilibrado como para que una mujer aislada pudiera desafiarlo. Una parte de la psiquis femenina ansiaba ser reconocida por el trabajo, el talento y el dinero que ya se les exigía. Otra parte era consciente de que dado el carácter monótono y sin atractivo de la mayoría de los empleos femeninos, el RBP inyectaba esa dosis de creatividad, placer y orgullo en un trabajo que en sí mismo carecía de tales cualidades.

Hacia la década de los ochenta, la belleza había llegado a representar para las mujeres, en su búsqueda de un estatus, el mismo papel que el dinero entre los hombres. Era una prueba defensiva contra los competidores agresivos de la feminidad o la masculinidad. Como ambos sistemas de valores son limitados, ninguno es nunca suficiente y ambos pierden muy pronto toda relación con los valores de la vida real. A lo largo de la década, cuando el dinero dejó de ser un instrumento para comprar ocio y confort y se inició una persecución estratosférica de la riqueza por la riqueza misma, la competencia en por de la belleza sufrió una inflación paralela: los valores materiales considerados antes como una meta -el sexo, el amor, la intimidad, realización personal- se perdieron en una lucha desesperada dentro de una economía cerrada y se convirtieron en curiosos y lejanos recuerdos.

Antecedentes del RBP

¿Dónde comenzó el RBP? Se desarrolló paralelamente a la emancipación femenina y se va expandiendo junto con la independización profesional de las mujeres. Se extiende, con la profesionalización de la mujer, fuera de las grandes ciudades de los Estados Unidos y Europa Occidental hacia los centros urbanos más pequeños, desde el Primer Mundo hasta el Tercer Mundo, y de oeste a este. Desaparecido el Telón de Acero, cabe esperar una aceleración de sus efectos en el bloque oriental. Su epicentro es Manhattan, donde se concentran muchas de las mujeres que han escalado las más altas posiciones en la jerarquía profesional.

Comenzó en los años sesenta, cuando un gran número de jóvenes educadas de la clase media empezaron a trabajar en las ciudades y a vivir solas entre su graduación y su matrimonio. Simultáneamente se produjo la promoción de una imagen comercial sexualizada de la azafata, la modelo y la secretaria ejecutiva. La mujer joven y empleada fue moldeada en un estereotipo que utilizaba la belleza para socavar tanto la seriedad del trabajo que realizaba como las implicaciones de esta nueva independencia. El *best-seller* de Helen Gurley Brown, *El sexo y la mujer soltera*, publicado en 1962, trazaba un mapa de supervivencia para negociar esta independencia. La realidad es que el título del libro se transformó en una frase trampa en la que el primero de los términos anulaba el segundo. Había que dar una imagen «sexy» de la mujer soltera trabajadora para que su trabajo y su independencia no pareciesen lo que en realidad eran: serios, peligroso y sísmicos. Si la chica trabajadora era sexy, su «sexualidad» daría a su trabajo un carácter ridículo, y es que muy pronto aquellas jovencitas se iban a convertir en mujeres.

En junio de 1966 se fundó la National Organization of Women (NOW) en los Estados Unidos, y el mismo año sus miembros hicieron manifestaciones contra el despido de azafatas al cumplir 32 años o al contraer matrimonio. En 1967, la Comisión Europea para la Igualdad de Oportunidades empezó a trabajar sobre la discriminación por sexo. En febrero de 1969, mujeres de Nueva York invadieron la *Oak Room* del Hotel Plaza, reservada exclusivamente a los hombres. En 1970 se acusó a las revistas *Times* y *Newsweek* de discriminación por sexo, y doce azafatas de la compañía TWA interpusieron demandas por varios millones de dólares contra esta compañía aérea. Comenzaron a formarse grupos de concienciación. Muchas mujeres que se habían politizado en sus años de estudiantes se incorporaron al mercado laboral, empeñadas en dar prioridad a los problemas de la mujer, en

lugar de a las protestas antibelicistas y los discursos en favor de la libertad de expresión.

Lejos de esta efervescencia, pero muy influida por ella, la ley se iba elaborando lentamente. En 1971 un juez condenó a una mujer, acusada de un delito que no tenía nada que ver con la pena, a adelgazar un kilo y medio a la semana o ir a la cárcel. En 1972 se dictaminó que la «belleza» era algo que, legalmente, podía hacer que una mujer consiguiese o perdiese un empleo. La Corte de Apelaciones de Derechos Humanos determinó en el juicio de Margarita St. Cross contra el *Playboy* Club de Nueva York que, en una profesión de gran exposición al público, la «belleza» de una mujer era condición *bona fide* para su empleo.

Margarita St. Cross era una camarera que fue despedida «por haber perdido su imagen de conejita». Las normas de empleo dividían a las camareras de acuerdo con la siguiente escala:

1. Una belleza *sin tacha* (cara, figura y estilo).
2. Chica de excepcional belleza.
3. Marginal (por su edad o por tener un problema de apariencia *corregible*).
4. Haber perdido la imagen de Conejita por su edad o por un problema de apariencia *irremediable*.

Los compañeros de sexo masculino de Margarita St. Cross que realizaban el mismo trabajo en el mismo lugar «no estaban sujetos a valoraciones de ninguna clase».

Margarita St. Cross solicitó a la corte que declarase que era todavía suficientemente bella como para conservar su empleo, habiendo alcanzado, según declaró, «la transición fisiológica que media entre el aspecto juvenil, fresco y hermoso y el de la mujer femenina y madura». Los representantes de Hefner manifestaron a la corte que no era así. La corte tomó su decisión valorando más la opinión de Hefner que la de St. Cross, sobre la base de que el empresario es *por definición* más digno de crédito en su visión de la belleza femenina que la mujer misma, es decir, que el hecho de evaluarla entraba totalmente «dentro de las competencias» del *Playboy* Club.

La corte no tuvo en cuenta la capacidad de St. Cross para juzgar lo que constituye o no la «imagen de la Conejita». En las querellas laborales normales, el empresario trata de probar que el empleado merecía su despido, mientras que el empleado o la empleada tratan de probar que

merece conservar dicho empleo. Cuando la belleza es el requisito profesional imprescindible, en cambio, una mujer puede afirmar que está cumpliendo con su trabajo, su jefe puede negarlo, y según la ley, es el jefe quien gana el pleito automáticamente.

La corte definió en su fallo un concepto que llamó «estándares de casi perfección». En un tribunal de justicia referirse a algo imaginario como si fuese real *lo convierte en real*. Desde 1971, la ley ha aceptado que pueda existir en un puesto de trabajo un estándar de perfección del cuerpo de una mujer, y que si una empleada no lo alcanza, es posible despedirla. Nunca se ha establecido legalmente un estándar de perfección semejante para el cuerpo masculino. Si bien se ha establecido la existencia de este estándar, no se ha definido nunca el estándar propiamente dicho. Con este caso inicial, el RBP colocó los cimientos del laberinto legal en que se convertiría luego: se puede despedir a una mujer por no tener el aspecto adecuado, pero en qué consiste este aspecto es algo abierto a todo tipo de interpretaciones.

Gloria Steinem ha dicho: «Todas somos Conejitas». El caso mencionado habría de alcanzar resonancia como una alegoría del futuro: si bien puede argumentarse que la belleza es necesaria para que una Conejita trabaje bien, ese *concepto* del empleo femenino fue adaptado en general como arquetipo para todas las mujeres trabajadoras. La verdad de la declaración de Steinem resultó cada vez más palpable durante las dos décadas siguientes, cada vez que las mujeres trataban de acceder al trabajo remunerado y mantenerse en su puesto.

En 1971 apareció un prototipo de la revista *Ms*. En 1972 la Ley para la Igualdad de Oportunidades en el Empleo fue aprobada en los Estados Unidos, así como el Artículo IX, que declaraba ilegal la discriminación en la educación. En 1972 el 20% de los puestos directivos en los Estados Unidos estaban ocupados por mujeres. En 1975 Catherine McDermott demandó a la corporación Xerox por haber rechazado su solicitud de empleo debido a su exceso de peso. También en Gran Bretaña la Ley contra la Discriminación Social quedó aprobada. En los años setenta, las mujeres entraron en el mundo profesional con tanta fuerza que ya no era posible considerar el hecho como esporádico, casual o secundario a su papel principal de esposas y madres. En 1978 la sexta parte de los estudiantes en la carrera de Administración de Empresas eran mujeres y la cuarta parte de los contables que se graduaron también eran de sexo femenino. La compañía aérea National Airlines despidió a la azafata Ingrid Fee porque era «demasiado gorda»: pesaba dos kilos más de los permitidos. En 1979 se creó el Programa Nacional para la Mujer de Empresa (National

Women's Business Enterprise Policy) para prestar apoyo a las empresas dirigidas por mujeres. Ese mismo año, un juez federal determinó que los empresarios tenían el derecho de fijar sus normas en cuanto al aspecto físico. En la nueva década, la política del gobierno de los Estados Unidos estableció que era necesario tomar en serio a las mujeres y, por su parte, la ley estableció que debía tomarse en serio su aspecto físico. La función política del mito de la belleza resulta evidente si consideramos el momento en que se aprobaron estas leyes. Sólo cuando las mujeres empezaron a invadir el territorio público proliferaron las leyes sobre el aspecto físico en el trabajo.

¿Qué aspecto tiene que tener esta mujer seria, esta mujer profesional?

El periodismo de la televisión propuso vívidamente su respuesta. Junto al tradicional presentador, hombre maduro de aspecto respetable, apareció una mujer mucho más joven que leía las noticias con un buen nivel profesional de belleza.

Esta doble imagen, la del hombre mayor lleno de arrugas y distinción, sentado junto a una subordinada núbil y muy maquillada, se convirtió en el paradigma de las relaciones entre hombres y mujeres en el trabajo. Su fuerza alegórica era y es persuasiva. El requisito de la belleza física, cuyo objeto era al principio suavizar el amargo hecho de que la mujer asumiera autoridad pública adquirió vida propia, hasta que comenzaron a contratarse bellezas profesionales para «convertirlas» en periodistas televisivas. Durante la década de los ochenta, los cazadores de talento televisivo clasificaban los vídeos de prueba de los candidatos bajo categorías tales como «Presentadores: hombres de 40 a 50 años», pero no tenían la misma categoría para las mujeres, con lo cual se prima el aspecto físico de una presentadora, por encima de su buena dicción o su experiencia.

El mensaje trasmitido por esta pareja de los informativos, bastante fácil de leer, era que un hombre poderoso es un individuo, aunque ello se expresara en rasgos asimétricos, arrugas, pelo gris, peluquines, calvicie, flacidez, gordura, tics faciales o papada, y que su madurez formaba parte de su poder. De haberse aplicado una norma única igualmente a hombres y mujeres en el periodismo televisivo, la mayoría de los hombres estaría sin trabajo. En cambio, las mujeres que aparecían junto a ellos necesitaban belleza y juventud para tener acceso al mismo plató. Se cubría esta juventud y esa belleza con maquillaje espeso, con lo cual la presentadora parecía algo genérico, un «clon de presentadora», en el argot de la industria. Lo que es genérico puede reemplazarse. Con juventud y belleza, pues, la mujer que trabaja es visible, pero insegura, pues se le hace sentir que sus

cualidades no son únicas. Sin ellas sería invisible y quedaría, literalmente, fuera del encuadre.

La situación de las mujeres en la televisión simboliza y refuerza al mismo tiempo el requisito de la belleza profesional: la veteranía no significa mayor prestigio, sino desgaste.

De los presentadores de televisión, afirma la presentadora Christine Craft, el 97% son hombres y «el otro 3% corresponde a mujeres cuarentonas que no aparentan la edad que tienen». Las presentadoras mayores sufren «una verdadera pesadilla», escribió una de ellas, pues pronto dejarán de ser lo suficientemente bonitas como para seguir a cargo de las noticias, o si una ejecutiva es «hermosa» se la «acosa sin cesar como al tipo de persona que ha conseguido su puesto exclusivamente por su belleza».

El mensaje quedaba completo. Las mujeres más representativas de Occidente podían ser visibles si eran «bellas», aun cuando trabajasen mal. Podían trabajar bien, ser hermosas y por lo tanto visibles, pero no recibían ningún otro crédito por su mérito como trabajadoras. Por otra parte podían ser buenas en su trabajo, pero «no bellas», en cuyo caso eran invisibles, de tal manera que sus méritos no les reportaban ningún beneficio. Por último, podían ser tan bellas y capaces en el trabajo como quisieran, pero por demasiado tiempo, con lo cual, al envejecer, desaparecían.

Este doble criterio para el aspecto físico de hombres y mujeres se transmitía mañana y noche a las legiones de mujeres trabajadoras, cada vez que intentaban tomar contacto con los acontecimientos de «su» mundo. La ventana por la que se asomaban al devenir histórico tenía por marco su propio dilema. Descubrir lo que está ocurriendo en el mundo siempre implica, para las mujeres, el recordarles que «esto» es lo que ocurre en el mundo.

En 1983 las mujeres trabajadoras recibieron una sentencia decisiva sobre la firmeza con que estaba arraigado el RBP y sobre sus posibles alcances legales. Una presentadora de treinta y seis años, Christine Craft, demandó a su ex compañía empleadora, Metromedia Inc., acusándola de discriminación por sexo. La habían despedido porque, según las palabras de sus jefes, era «demasiado vieja, demasiado poco atractiva y tenía una actitud poco respetuosa hacia los hombres».

Su despido se produjo tras meses de exigencias sobre su aspecto físico que suponían un gran gasto de tiempo y dinero, incumplían los términos de su contrato y ofendían su sentido de la propia identidad.

Debió someterse a prolongadas sesiones de prueba de ropa y a tratamientos de belleza, y a llevar un registro diario del uso de una ropa que ella nunca habría elegido y que, además, tenía que pagar. Ninguno de sus colegas de sexo masculino estaba obligado a hacer cosas semejantes. El testimonio de otras presentadoras indico que se habían visto forzadas a renunciar debido a la «obsesión fanática» de Metromedia por su aspecto físico.

Se designó a otras mujeres para cubrir la información del juicio. Craft fue humillada ante la cámara por sus colegas. Una de ellas sugirió que era lesbiana. Diane Sawyer, quien, seis años más tarde, cuando alcanzó un sueldo de seis cifras, fue objeto de una evaluación de su físico en la portada de la revista *Time* titulada «¿Los vale?», preguntó a Craft en un informativo nacional si realmente era «única entre las mujeres» en cuanto a carecer de aptitudes físicas. Sus jefes habían contado con que no opondría resistencia alguna, dada la reacción que tal discriminación provoca habitualmente en quien la sufre: una vergüenza que asegura su silencio.

Sin embargo, «Metromedia», escribió Craft desafiante en su libro *Demasiado vieja, demasiado fea y poco respetuosa con los hombres*, «se equivocaba al suponer que una mujer nunca admitiría que le hubieran llamado fea».

Su relato es una prueba de cómo esta discriminación se filtra allá donde otras no alcanzan, envenenando el pozo particular del que se alimenta el amor propio. «Si bien rechacé intelectualmente la declaración sobre mi falta de atractivo, en el fondo de mi psiquis sentí que algo en mi cara era difícil de contemplar, cuando no monstruoso. Es muy difícil atreverse al más inofensivo de los flirteos cuando te han inutilizado con una opinión tan traumatizante.» Un empresario no puede probar la incompetencia de una empleada simplemente diciendo que eso es así. Pero como la «belleza» vive tan profundamente en nuestra psiquis, ahí donde la sexualidad se combina con la autoestima, y puesto que se la define, muy últimamente, como algo que te otorgan desde el exterior y que siempre te pueden quitar, decirle a una mujer que es fea puede hacer que se sienta fea, que actúe con fealdad, que *sea* en todos los sentidos fea, cuando sentirse bella es lo que mantiene su integridad.

Ninguna mujer es tan bella, *por definición*, que pueda confiar en sobrevivir a un proceso judicial que someta a la víctima a una prueba que ya le es familiar por otros juicios: que la miren de los pies a la cabeza para constatar que lo que le ha sucedido ha sido por su culpa. Como no hay nada objetivo en el concepto de belleza, la élite del

poder puede, siempre que lo necesite, llegar a un acuerdo para afirmar que tal belleza no existe. Hacer esto públicamente a una mujer desde la tribuna de los testigos implica invitar a que todos los ojos confirmen su fealdad, que entonces se convierte en una realidad evidente para todos. Tal proceso de coacción legal garantiza la posibilidad de ofrecer un espectáculo público degradante a costa de cualquier mujer en cualquier profesión si ésta inicia un juicio por discriminación en razón de su belleza.

La moraleja del juicio de Christine Craft es que perdió y que al parecer está en la lista negra de su profesión como consecuencia de su lucha legal. Aunque dos jurados se pronunciaron a su favor, un juez de sexo masculino revocó sus veredictos.

Los defensores del juez Steves justificaron su fallo argumentando que no había discriminación por sexo, sino una lógica de mercado. Si un presentador de televisión de cualquier sexo no atrae a la audiencia, significa que él o ella no ha trabajado bien. Este oscuro criterio, tal como se aplica a las mujeres -que han de atraer audiencias, ventas, clientes, o alumnos *mediante la belleza*-, es la herencia dejada por el caso Craft a todas las mujeres trabajadoras.

El resultado del juicio fue uno de esos acontecimientos de los ochenta que la mujer pudo contemplar y sentirlo como una soga alrededor de su cuello, sabiendo que tenía que guardar silencio al respecto. Al leer el sumario supo que debía tomar mediadas, porque también en ella había algo de Christine Craft. Quizá su reacción fue iniciar una nueva dieta, o comprar ropa cara, o hacerse un *lifting*. Conscientemente o no, sin embargo, es probable que reaccionara. En aquella década la profesión de «asesor de imagen» se multiplicó por ocho. Mujer, trabajo y belleza, *fuera de las profesiones relacionadas con el sexo*, se fusionaron el día que Christine Craft perdió su juicio. Se inició entonces un ciclo de males mayores. Como si las mujeres se hubieran dicho: «eso no me sucedió a mí».

La ley en apoyo del requisito de belleza

El hecho era posible y, en efecto, continuó afectando a la mujer trabajadora al reforzar la ley su apoyo a los empresarios con una serie de fallos bizantinos que aseguraban una flexibilidad cada vez mayor del RBP como instrumento de discriminación. La ley creó una maraña de inconsistencias tendentes a paralizar a la mujer. Una sentencia, en el caso Miller contra el Bank of America confundía la atracción sexual con el acoso sexual y sostenía que la ley no juega ningún papel en las disputas laborales basadas en este tema. Por ser el «atractivo», según fallo la corte, un «fenómeno sexual natural» que cumple por lo menos una parte sutil en la mayoría de las decisiones de contratación, la corte no debe interesarse por «tales cuestiones». En cambio en otro caso, Barnes contra Costle, dictaminó que si las particularidades físicas de una mujer, por ejemplo, «pelo rojizo» o «pechos grandes», habían sido las causas alegadas por su jefe para acosarla, era su aspecto personal el problema y no su sexo, en cuyo caso la demandante no podía esperar ampararse bajo el Artículo VII. Con estas sentencias la belleza de una mujer se convertía, a la vez, en requisito para tener trabajo y en motivo para perderlo.

En los Estados Unidos la ley se desarrolló para proteger los intereses de la estructura de poder al establecer un laberinto legal en el cual el mito de la belleza bloquea cada uno de los caminos, de tal manera que ninguna mujer puede «tener buen aspecto» y triunfar.

St. Cross perdió su empleo porque era demasiado «vieja», y demasiado «fea»; Craft perdió el suyo por ser «poco femenina» y por no «vestir bien». Una mujer podría suponer que esto significa que la ley la tratará con justicia en una querella laboral si cumple con su papel, se la ve bonita y viste ropa femenina.

Estaría peligrosamente equivocada. Contemplemos a una mujer trabajadora norteamericana de pie frente a su armario ropero y pensemos en la voz impersonal del asesor que la aconseja sobre cada prenda a medida que las va sacando.

-¿Femenino, entonces, como reacción contra el fallo Craft?- pregunta ella.

-Sería buscarse problemas. En 1986 Michelle Vinson entabló juicio por discriminación sexual contra su empresa, el Meritor Savings Bank, afirmando que su jefe la había acosado sexualmente y sometido a toqueteos, exhibicionismo y violación. Vinson era joven y «bella» y además vestía cuidadosamente. La Corte del Distrito falló que el

aspecto de Michelle obraba en su contra. El testimonio dado sobre su «ropa provocativa» podía ser entendido como un criterio para decidir si el acoso de que era objeto era «bien recibido».

-¿Vestía provocativamente?

-Como señaló su asesor legal en tono exasperado, «Michelle Vinson llevaba *ropa*». Su belleza dentro de su ropa fue el determinante admitido como prueba de que había aceptado con gusto ser violada por su jefe.

-Digamos, entonces, femenina, pero no demasiado femenina.

-Cuidado. En Hopkins contra Price-Waterhouse se negó a Ms. Hopkins un cargo como «asociada» porque debía aprender a caminar con «más feminidad, hablar con más feminidad, vestir con más feminidad» y «usar maquillaje».

-Quizá no merecía el cargo de asociada...

-Conseguía más clientes que ningún otro miembro del personal.

-Mmm... Bien, tal vez algo más femenino...

-Espere. Despidieron a la agente de policía Fahdl porque tenía «demasiado aspecto de dama».

-Bien, algo menos femenino. Me he quitado el colorete.

-Si no usa maquillaje puede perder el empleo. Ver Tamini contra Howard Johnson Company Inc.

-¿Qué opina de esto, entonces? Algo, digamos... ¿de mujer?

-Perdone. Puede perder el empleo si viste como una mujer. En Andre contra la Bendix Corporation, se dictaminó que era «inadecuado para una supervisora de mujeres vestir como una mujer».

-¿Qué debo hacer, entonces? Ponerme un saco.

-Le diré, las mujeres en Buren contra City of East Chicago debían vestir cubriéndose del «cuello a los pies» porque los hombres de las obras eran «algo groseros».

-¿No se podría solucionar todo esto con unas normas que fijaran el modo de vestir?

-No cuente con ello. En Díaz contra Coleman, había unas normas, que obligaban el uso de minifaldas, que habían sido impuestas por un jefe que acosaba sexualmente a sus empleadas porque seguían dichas normas.

Si no fuese verdad, sería cómico. Luego, cuando vemos que la legislación británica ha creado una situación legal en la que es imposible ganar nunca, empezamos a comprender la cuestión.

Podemos ahorrar a la mujer británica la visita guiada por su armario ropero. Es la misma situación, si no peor. La ley del Registro Profesional Genuino establece que se permite la «discriminación por sexo» cuando la tarea a cumplir exige, entre otras cosas, «buena forma o autenticidad física», por ejemplo, un modelo o un actor. Pero desde 1977 el caso de M. Schmidt contra Austicks Bookshops Ltd. se ha interpretado en términos amplios con el fin de que sea legal contratar o despedir a las mujeres en cualquier empleo sobre la base de su aspecto físico. La señorita Schmidt perdió su empleo y el juicio por usar pantalones en la librería donde trabajaba. El Tribunal de Apelaciones Laborales rechazó su demanda, basada en que las normas sobre el atuendo de los empleados eran más restrictivas para las mujeres que para los hombres, dictaminó no sólo que un empresario «tiene un amplio margen de competencias para ejercer el control de la imagen de su establecimiento», sino que además toda la cuestión era insignificante. Dictaminaron que decirle a una mujer cómo debía vestir no pasaba de ser trivial. En el caso del Ministerio de Defensa contra Jeremiah, la empresa intentó evitar la contratación de mujeres para los puestos mejor remunerados, argumentando que se trataba de un trabajo sucio que podría desmejorar su aspecto. En su fallo lord Denning expuso que «el cabello de una mujer es su diadema de gloria... No le gusta que se la despeine, sobre todo cuando acaba de ir a la peluquería». El abogado de la empresa sugirió que obligar a las mujeres a arruinarse el peinado por un sueldo más alto podría llevar a un malestar industrial.

La compañía Dan Air fue acusada de contratar exclusivamente a mujeres jóvenes y bonitas para sus tripulaciones. Ellos defendieron su posición discriminatoria con el argumento de que sus usuarios preferían a las mujeres bonitas. (Dos años más tarde el director de *USA Today*, invocando la misma lógica, pedía volver a la época en que se empleaba a azafatas bonitas y jóvenes y se las despedía al hacerse mayores.)

En el caso Maureen Murphy y Elaine Davidson contra Stakis Leisure Lta., detectamos la ola del futuro. Las camareras de un casino

protestaron contra un cambio de «imagen» que las vestía con un uniforme más «revelador» y las obligaba a usar maquillaje y a pintarse las uñas. Una camarera describió los uniformes como «sacados de *La historia de O*», con su minifalda, su escote hasta el nacimiento del pecho y su corpiño tan ajustado que las hacía sangrar bajo las axilas. Una de las litigantes estaba embarazada cuando la obligaron a usarlo. Se admitió que se había impuesto el cambio como medio de atracción sexual para los clientes. Los camareros no eran obligados a cumplir requisitos parecidos. (Dicho sea de paso, la obligación de la camarera a presentarse en un estado de semidesnudez delante del sexo opuesto contradice el caso Sisley contra Britannia Security Systems, que estableció que la ley era aplicable para «preservar la decencia y la intimidad» en presencia del sexo opuesto estando «en estado de desnudez».) El abogado no llegó a ninguna parte cuando señaló que el maquillaje, las ropas reveladoras y el barniz de uñas sexualizan las normas sobre el vestido de una manera que *no puede* ser paralela en el caso de los hombres. El caso fue también rechazado como *de minimis*, es decir, demasiado trivial para ser tenido en cuenta. Las mujeres perdieron el juicio pero conservaron sus empleos... durante seis semanas. Ambas fueron despedidas y entablaron juicio por despido improcedente.

En suma, si alguien se niega a usar ropa de trabajo sexualmente rentable, puede perder su empleo. Pero en el juicio de Snowball contra Gardner Merchant y en Wileman contra Minilec Engeneering sí se consideró pertinente la sexualidad ostensible de una mujer, y se minimizó el daño que se le había infligido al ser víctima de un acoso sexual. En el segundo caso se recompensó a la señorita Wileman con la suma irrisoria de cincuenta libras por cuatro años y medio de acoso sexual, basándose en que sus sentimientos no podían haber sufrido demasiado, por cuanto usaba «ropa escasa y provocativa» en el lugar de trabajo. «Si una joven se pasea por la tienda vistiendo prendas provocativas y exhibiendo su físico, no deja de ser probable», decidió el tribunal, que la asedien. El mismo tribunal admitió testimonios en los que se definía la ropa de la señorita Wileman como sexualmente incitante. La protesta indignada de Wileman de que su ropa *no* era «escasa y provocativa» no fue atendida, como no lo había sido la del abogado de Michelle Vinson.

Aceptados estos fallos, quedaba garantizada la aprobación social del RBP, que así se iría filtrando en más y más sectores. Se extendió a las recepcionistas, a las empleadas en galerías de arte y salas de subasta, a las mujeres en publicidad, el comercio, el diseño y los bienes inmuebles, en las industrias del disco y del cine y en el mundo del periodismo y de la edición.

Después llegó a las industrias de servicios: camareras en restaurantes o en la barra de un bar, azafatas en puestos de información, repartidoras de comida a domicilio. Éstos son los empleos donde la belleza es un requisito indispensable y los que sirven de base para las ambiciones de las bellezas locales y regionales que se desplazan sin cesar hacia los centros urbanos con la meta de triunfar en las profesiones de exhibición de élite, es decir, para ser una de las 250 modelos estadounidenses que constituyen un cuerpo de élite desplegado de tal modo que mantiene a 140 millones de mujeres a raya, o bien una de las 200 modelos profesionales de Londres que fijan las pautas para 29 millones de mujeres británicas. Es probable que la fantasía de ser modelo sea el sueño más extensamente compartido hoy en día por las jóvenes de cualquier ámbito social.

Seguidamente el RBP se aplicó a cualquier empleo que requiera el contacto de las mujeres con el público. Una ejecutiva de la compañía John Lewis Asociados, entregada por entero a su trabajo, tuvo que comparecer ante su supervisor, quien le hizo saber que estaba muy satisfecho con su trabajo, pero que «necesitaba mejorar un poco del cuello hacia arriba». Quería que usase lo que ella calificó de «máscara» de maquillaje y que se tiñese y rizase el pelo. «Me sentí», dijo, «como si todo el trabajo realizado no tuviese ninguna importancia comparado con el aspecto que tendría en la oficina disfrazada de mujerzuela. Decidí que no tenía objeto trabajar bien». Los hombres, añadió, no tenían que hacer nada parecido.

Más tarde el requisito se aplicó a cualquier trabajo en que una mujer estuviese junto a un solo hombre. Una mujer de 54 años estadounidense, mencionada en *The Sexuality of Organization*, dijo que un día su jefe la reemplazó sin previo aviso. «Él le había dicho que "quería tener delante a una mujer más joven", para que "le levantase su estado de ánimo". Añadió que "nunca le había preocupado su edad hasta que él la mencionó"». En la actualidad, el RBP abarca cualquier empleo en el que la mujer no trabaje completamente aislada.

Para su desgracia, la mujer trabajadora no dispone de un asesoramiento legal al levantarse cada mañana y vestirse. Intuye, no obstante, que ese laberinto existe. ¿Cabe sorprenderse, entonces, de que pasadas dos décadas ya desde el comienzo de la evolución legal del RBP, las mujeres que trabajan vivan tensas hasta el extremo del desequilibrio, por lo que a su aspecto se refiere? Sus neurosis no tienen origen en una mente desequilibrada, sino que son una reacción normal a este deliberado y manipulado combate en el lugar de trabajo. Legalmente, las mujeres no tienen *nada* que ponerse.

Los sociólogos han descrito el efecto que produce en las mujeres lo que estas leyes legalizan. Deborah L. Sheppard revela en *The Sexuality of Organization* que «las reglas no escribas y las pautas de conducta sobre la corrección del aspecto personal cambian sin cesar, hecho que contribuye a explicar la constante aparición de libros y revistas que indican a las mujeres cómo deben presentar y comportarse en el trabajo». Estos sociólogos especializados no han indagado en la idea de que estas reglas cambian continuamente porque han sido establecidas para que cambien continuamente. «Las mujeres se ven a así mismas y a las demás confrontadas eternamente con la experiencia dualista de ser "femeninas" y "profesionales" a la vez, mientras que ven que los hombres no sufren la misma contradicción». «Profesional pero femenina» es la descripción favorita de la ropa que se vende en los catálogos de ventas por correo destinados a las mujeres que trabajan. Este difícil dualismo es el que provocó una fuerte respuesta en los Estados Unidos a una serie de anuncios de ropa interior «Maidenform» en los que aparecían vestidos propios de ejecutivas abiertos por el viento revelando desnudeces llenas de encajes. Pero «profesional» y «femenino», como hemos visto, son dos términos que se prestan a toda clase de manipulaciones, y muy útiles también para manipular a la mujer atrapada en medio. «Las mujeres se ven a sí mismas como seres constantemente vulnerables a imprevisibles violaciones del equilibrio... El área del aspecto personal es uno de los terrenos sobre los cuales las mujeres creen poder ejercer cierto control en cuanto a las respuestas que provocarán.» Pero «al mismo tiempo se ven a sí mismas, en general, ante la necesidad de asumir la responsabilidad de haber provocado tales violaciones».

Las mujeres se culpan a sí mismas por haber provocado «violaciones». ¿Qué violaciones son éstas? Una encuesta de la revista *Redbook* reveló que el 88% de quienes respondieron había sufrido acoso sexual en el trabajo. En Gran Bretaña, el 86% de las mujeres de nivel ejecutivo y el 66% de las empleadas lo había sufrido. El 70% de las mujeres pertenecientes a la administración pública también lo había experimentado. Las mujeres que habían sido acosadas, según constataron, se sentían culpables porque creían que «posiblemente habían provocado los comentarios por vestir de manera inadecuada». Otras investigaciones señalan que las víctimas de acoso sexual rara vez se hallan en situación de decir al acosador que desista. Así pues, las mujeres se visten para parecer profesionales y a la vez femeninas, caminan por la cuerda floja, se caen. Del 66 al 88% sufren persecuciones por las que se culpan a sí mismas y al deficiente control que ejercen sobre su aspecto personal. ¿Pueden las mujeres, mediante su aspecto físico en el trabajo, expresar lo que de verdad quieren

decir? No. Cinco estudios ha establecido que «la conducta de una mujer se siente y se etiqueta como sexual aun cuando no haya habido tal intención». A menudo los gestos amistosos se interpretan como sexuales, especialmente cuando «las señas no verbales son ambiguas y las mujeres usan ropas reveladoras». Como hemos visto, las definiciones de hombres y mujeres respecto a esta palabra son diferentes. La sensación de haber perdido el control en su intento de «expresarse mediante la ropa» tiene razón de ser.

El RBP y las sentencias judiciales que establecen que la ropa de la mujer estimula el acoso sexual dependen del hecho de que las mujeres no llevan uniforme en el mismo lugar donde lo usan los hombres. En 1977, cuando la presencia de la mujer en las profesiones era todavía algo nuevo, John Molly escribió un *best-seller* titulado *The Woman's Dress for Success Book*, Molloy había llevado a cabo extensas investigaciones y comprobado que cuando las mujeres no llevan un atuendo profesional reconocible tienen dificultades para hacerse respetar e imponer su autoridad. Un año después de que su grupo de prueba adoptara un «uniforme», la actitud general de los jefes hacia sus empleadas «había mejorado muy notablemente» y se recomendó el ascenso del doble de mujeres. En el grupo de control no se registraron cambios. Molloy estudió intensamente el «uniforme», estableció que el traje con falda de era el «traje del éxito» y recomendó categóricamente su adopción. «Sin uniforme», afirmó, «no hay igualdad de imagen». Evidentemente comprometido en la causa del progreso de las mujeres, insistió en que todas adoptasen el uniforme en nombre de la solidaridad. Molloy cita una declaración firmada por mujeres profesionales donde afirma que «lo que estoy haciendo es para que las mujeres cuenten con un uniforme de trabajo tan eficaz como el de los hombres y puedan así competir en pie de igualdad»,

Hizo una advertencia sobre lo que podría ocurrir. «Toda la industria de la moda se alarmará ante la perspectiva... Verán en ella una amenaza a su dominio sobre las mujeres. Y estarán en lo cierto. Si las mujeres adoptan el uniforme y si ignoran las absurdas declaraciones de esta industria, motivadas sólo por el afán de lucro, cuando lo hagan dejarán de ser maleables.» Molloy predijo también las estrategias a las que podría recurrir la industria con el fin de impedir la adopción, por parte de las mujeres, de un uniforme profesional.

La revista dominical de *New York Times* publicó un extenso artículo en el que se afirmaba que los conceptos de Molloy eran anticuados y que las mujeres tenían ahora tanta confianza en sí mismas que podían renunciar al traje sastre y volver a expresar su feminidad. La belleza, la esbeltez, la ropa de calidad y el buen gusto debían constituir la

autoridad de la mujer cuando el uniforme no podía ya lograrla. Desgraciadamente, la evidencia, según varios estudios, es que vestir para lograr el éxito en el trabajo y vestir para ser sexualmente atractiva son mutuamente excluyentes casi siempre, porque la sexualidad visible en la mujer puede «oscurecer» todas sus demás características. Se espera que las mujeres profesionales de hoy emulen a las maniquíes. Sin embargo, en un estudio efectuado sobre 100 profesionales de ambos sexos, 94 optaron por la mujer vestida con ropa profesional, y no por la maniquí, como exponente de la competencia profesional.

En la década de los ochenta se desacreditó el movimiento encabezado por Molloy acusándolo de forzar a las mujeres a «vestir como hombres», a pesar de que la imagen propuesta, con zapatos de tacón alto, medias, variedad de colores, maquillaje y bisutería podía considerarse masculina sólo porque establecía para las mujeres algo identificable como atuendo profesional. Cuando la moda puso trabas al experimento de crear ropa profesional para mujeres, éstas perdieron su breve estatus profesional el moderado camuflaje sexual que el uniforme masculino les proporcionaba. El cambio en la ropa aseguro que la industria no sufriría, y también que las mujeres tendrían que esforzase más por ser «bellas» y por lograr, a la vez, que las tomasen en serio.

La belleza provoca el acoso, afirma la ley, pero para decidir qué lo provoca concretamente, mira por los ojos de los hombres. Una mujer empresaria puede considerar que un traje Gales bien cortado, cubriendo suavemente un torso masculino de sólida musculatura, es algo terriblemente provocativo, sobre todo porque sugiere un poder y un estatus que nuestra cultura erotiza. No es probable, sin embargo, que la ley contemplase la buena sastrería londinense del mismo modo que ella, en el caso de que hubiera dicho al propietario del traje que debía servirla sexualmente o, de lo contrario, perdería su empleo.

Si, en el trabajo, las mujeres no sufriesen más presión para ser decorativas que sus compañeros, abogados con traje de rayas o banqueros con gabardinas, el placer en el trabajo podría reducirse, pero también se reduciría un campo de discriminación demasiado cultivado. Dado que se utiliza el aspecto personal de la mujer para justificar el acoso sexual y también su despido, el mensaje que transmite la mujer con su ropa se interpreta mal constantemente. Dado que ciertos elementos del atuendo de trabajo femenino, como tacones altos, medias, maquillaje, joyas, por no hablar del cabello, pechos, piernas y caderas, ya han sido asimilados como accesorios pornográficos, el juez puede contemplar a cualquier mujer joven e

imaginar que está ante una mujerzuela a la que se puede acosar, del mismo modo en que puede mirar a cualquier mujer mayor y ver a una bruja a la que hay que despedir.

Emular el uniforme masculino *es* duro para la mujer. Sus ansias de convertir el espacio tradicionalmente masculino en algo menos grisáceo, asexuado y vacío responden a una aspiración respetable. Sin embargo, sus contribuciones en este sentido no consiguieron relajar las reglas. Los hombres no respondieron con fantasía, colorido ni originalidad. La consecuencia de que los hombres lleven uniforme donde las mujeres no lo llevan ha significado tan sólo que ellas deben asumir *todas* las penas, pero también las ventajas, de la belleza física en su lugar de trabajo. Es así legal que se las castigue o se las ascienda, que se las insulte o, incluso que se las viole, según el caso.

Las mujeres no se atreven a renunciar a la «ventaja» que esta desigualdad en el vestido les confiere. La gente adopta voluntariamente el uniforme solo cuando tiene fe en las justas recompensas del sistema. Se mostrarán reacias a perder la protección derivada de su «belleza» mientras no estén seguras de que el sistema de recompensas funciona bien. Las profesiones tampoco accederán a renunciar a la función de control del requisito de la belleza profesional hasta tener la certeza de que las mujeres están tan desmoralizadas por dicho requisito que no constituyen una verdadera amenaza para la forma en que se hacen las cosas. Es una paz armada llena de desconfianza mutua en la que cada parte trata de ganar tiempo. Pero cuando se trata de ganar tiempo bajo el imperio del mito de la belleza, las mujeres llevan las de perder.

¿Y qué hay de esa idea tan generalizada de que las mujeres utilizan su belleza para progresar en el trabajo? En realidad, la socióloga Barbara A. Gutek, en *The Sexuality of Organization*, demuestra que hay pocos elementos de juicio para afirmar que las mujeres lo hagan, aun en forma ocasional, en busca de una ventaja profesional. Son los hombres, según esta autora, quienes utilizan su sexualidad para progresar. «Una importante minoría de hombres afirma vestir de un modo seductor en el trabajo», contra una mujer entre 800 que utilizaron su sexualidad para mejorar. En otro estudio, el 35% de los hombres y sólo el 15% de las mujeres afirma utilizar su aspecto personal para obtener recompensas en el lugar de trabajo.

Existe, desde luego, una complicidad en el despliegue físico. ¿Significa ello que las mujeres tienen la culpa? He oído a rectores de universidades tradicionales, a jueces hablando de abogadas, a miembros de los tribunales universitarios y a otros hombres,

empleados expresamente para defender y asegurar el cumplimiento de ideas de justicia, aludir en términos condescendientes al uso de «astucias femeninas», un eufemismo para describir la belleza desplegada por la mujer para obtener ventajas. Los hombres de gran poder se refieren a ellas llenos de una admiración concedida de mala gana, como si el poder de la belleza fuese una fuerza irresistible capaz de atontar e inmovilizar a grandes hombres y de convertirlos en arcilla en manos de la hechicera. Tal actitud garantiza que las mujeres sigan utilizando los medios que a veces utilizan para obtener cosas que rara vez consiguen.

Las convenciones de este juego galante son como velos sobre una inscripción esculpida en piedra: son los poderosos quienes dictan los términos. Los adultos, cuando juegan a luchar con un niño, se divierten en hacerles creer que han ganado.

Este punto, donde la belleza forma el nexo entre las mujeres y las instituciones, es al que se las enseña a asirse como prueba de que ellas mismas son en definitiva culpables de todo esto. Para poder aferrarse a esta tabla de salvación, deben ocultar lo que saben ya; que los poderosos esperan que las mujeres se exhiban de esta manera. Cuando el poder juguetea con la belleza, la demanda de una conducta de exhibición ha sido coreografiada ya antes de que la mujer haya tenido la oportunidad de entrar en el recinto donde habrá de ser evaluada.

La exigencia de una conducta de exhibición es tácita. Es lo suficientemente sutil como para que la mujer nunca pueda señalarla, y ser creída, como un ejemplo de acoso sexual (de todos modos, para que crean que ha sufrido acoso, una mujer tiene que tener un aspecto «acosable», lo cual destruye su credibilidad). En general, no deja otra opción a las «bellezas» con las que se juega, salvo una retirada tan obvia que cause cierta ofensa, que la de responder al juego. La mujer deberá ordenar a su cuerpo que se relaje en lugar de ponerse rígido ante un torpe cumplido, o simplemente sentarse más erguida, dejar ver mejor su cuerpo o apartar esa mecha de los ojos con un gesto que sabe que sienta bien a su rostro. Sea lo que sea lo que deba hacer, ello lo sabe sin que se lo digan, partiendo de la expresión y del lenguaje del cuerpo del hombre poderoso en cuyos ojos está su futuro.

Cuando una mujer, universitaria brillante y guapa (ése es mi orden de prioridades, no necesariamente el de los hombres que son sus profesores), se pone sus zapatos de ante negro y tacón alto y se pinta los labios de color rubí antes de pedir a un profesor de gran influencia que sea su director de tesis, ¿está siendo una mujerzuela? ¿O bien, tras una clara apreciación de un medio hostil o indiferente, está

cumpliendo un deber consigo misma, al alimentar su verdadero don bajo la protección de su don accidental? ¿Actúa libremente su mano cuando con el pintalabios dibuja un arco de Cupido?

No tiene que hacerlo.

Ésa es la respuesta que el mito de la belleza desearía darle, porque entonces la Otra Mujer es la enemiga.

¿Tiene que hacerlo, en realidad?

La mujer con aspiraciones no tiene que hacerlo si tiene otra opción. Tendrá otra opción cuando una plétora de facultades que enseñan su especialidad, encabezadas por mujeres y subvencionadas por generaciones de magnates femeninos y por nuevas ricas, le abran sus puertas, cuando las compañías multinacionales dirigidas por mujeres prefieran las aptitudes profesionales de las jóvenes graduadas, cuando haya *otras* universidades con bustos de bronce de las heroínas de medio milenio de conocimientos clásicos, cuando haya *otras* comisiones de fondos de apoyo de la investigación mantenidas por los pingües ingresos de inventoras, cuando la mitad de las cátedras estén ocupadas por científicas. Tendrá otra opción cuando se evalúe su solicitud objetivamente.

Las mujeres tendrán la opción de no rebajarse a pensar qué requisitos de belleza les va a exigir un tribunal de hombres poderosos -y, si lo hacen, merecerán una total censura- el día que sepan que pueden contar con la parte que les corresponde: el 52,5% de los más altos puestos están abiertos para ellas. Merecerán ser culpadas, como ahora lo son de todos modos, el día que sepan que el sueño de su única vida no quedará atascado en un embudo, o aplastado contra un techo de cristal, o relegado a un asfixiante gueto de los «cuellos rosa» o, en fin, arrojado a la basura en un callejón sin salida.

Consecuencias sociales del RBP

El requisito de belleza profesional actúa suavemente para devolver a las relaciones laborales las bases para la explotación que las recientes leyes de la igualdad de oportunidades han puesto en peligro. Satisface una necesidad económica de los patronos, proporcionándoles los medios para influir *psicológicamente* en las mujeres a varios niveles.

El RBP refuerza el doble criterio. Siempre se ha pagado a las mujeres menos que a los hombres por igual trabajo. El RBP ofrece una nueva base lógica para este hecho, ahora que la antigua ha pasado a ser ilegal.

Los cuerpos de los hombres y las mujeres sufren unas comparaciones que simbolizan la comparación que se establece entre los trabajos de ambos sexos. ¿No se espera también de los hombres que ofrezcan un aspecto profesional? Desde luego. Deben ceñirse a un estándar que consiste en ir muy bien vestido, a menudo uniformado, pero siempre en consonancia con el contexto. Pero pretender que, porque los hombres están sujetos a ciertas normas en cuanto a su aspecto, los dos sexos reciben igualdad de trato es ignorar el hecho de que, en el momento de contratar o de ascender al personal, se juzga el aspecto de hombres y mujeres en forma diferente, y que el mito de la belleza va mucho más allá de unas reglas en el vestir y alcanza una esfera distinta. Según los criterios de selección de personal en la televisión que cita Suzanne Levitt, los presentadores de sexo masculino deben recordar su «imagen profesional», mientras que a las de sexo femenino se les advierte que recuerden su «elegancia profesional». El doble criterio en cuanto al aspecto físico recuerda constantemente que los hombres valen más, no necesitan esforzase tanto.

«Todos los datos que se conservan sobre los salarios de los trabajadores», escribe Rosalind Miles, «demuestran que las mujeres ganan menos que los hombres, o bien no ganan nada.» Esto aún es así. En 1984 las mujeres norteamericanas que trabajaban todo el año en empleo a tiempo completo ganaban todavía sólo 14.780 dólares, el 64% de los 23.220 dólares que ganaban los hombres en las mismas condiciones. Según los cálculos actuales, ellas ganan entre 54 y 66 centavos por cada dólar que ganan los hombres. Si se considera la cifra mayor, existe aún una diferencia que sólo se ha reducido en 10 centavos en los últimos veinte años. En el Reino Unido las mujeres ganan el 65,7% de las ganancias brutas semanales de los hombres. La diferencia en los sueldos se mantiene dentro de un mismo tipo de trabajo a través de toda la estructura social. Los abogados de sexo

masculino de 25 a 34 años ganan 27.563 dólares, mientras que las abogadas de las mismas edades ganan 20.573 dólares. Los vendedores ganan 13.002 dólares y las vendedoras 7.479 dólares. Los conductores de autobús ganan 15.611 dólares, muy por encima de los 9.903 dólares de las conductoras. Las peluqueras ganan 7.603 dólares menos que los peluqueros. Se trata de una barrera de imágenes que dan a las mujeres la sensación de valer menos que los hombres, o valer solamente por su aspecto, lo cual contribuye a fortalecer este estado de las cosas.

Los hechos prueban una vez más que el mito es político y no sexual. El dinero hace avanzar la historia con mayor eficacia que el sexo. Una baja autoestima puede tener valor sexual para algunos hombres tomados individualmente, pero para el conjunto de la sociedad su valor es económico. La pobre imagen física de sí mismas que tienen las mujeres de hoy se debe mucho menos a la competencia sexual que a las necesidades del mercado.

El trabajo de la socióloga Rosabeth Kanter señala que las mujeres no esperan ascensos ni salarios más altos porque han estado condicionadas por sus experiencias laborales para no esperar mejoras en su categoría. «A menudo están poco seguras de su valor intrínseco en el mercado.» Durante la huelga de 1984-85 en la Universidad de Yale, en la que participó el 85% del sindicato del personal administrativo femenino, una cuestión básica, según una organizadora sindical, era conseguir que las mujeres se preguntasen: «¿Cuánto valgo?». El mayor obstáculo era «una fundamental falta de confianza». El mito de la belleza genera una caída en el amor propio de las mujeres y elevadas ganancias para las empresas.

La ideología de la belleza enseña a las mujeres que tienen poco control y pocas opciones. Las imágenes de la mujer según el mito de la belleza tienen a disminuirla y a convertirla en un estereotipo. En cualquier momento dado, el número de caras bonitas es limitado. Por eso las mujeres llegan a considerar sus opciones también limitadas: las mujeres norteamericanas se apiñan en 20 de las 420 ocupaciones registradas en el «Bureau of Labor Statistics». El 75% de las mujeres de este país siguen empleadas en puestos tradicionalmente «femeninos», la mayoría mal remunerados. Arlie Hochschild llegó a decir que las mujeres se concentran en «trabajos que ponen el énfasis en su atractivo físico».

Con pocos papeles en los que verse y ser vistas, el 66% de las mujeres trabaja en los servicios, en la venta y la burocracia local. Cinco de los diez empleos más frecuentes están dentro del trabajo de oficina y la

venta al por menor, con salarios bajos y pocas oportunidades de progresar. Los pocos papeles imaginados para las mujeres reciben una retribución escasa. Las secretarias, que son el 99% de esta profesión, ganan 13.000 dólares; la maestras de pre-escolar, 97% de mujeres, 14.000 dólares; las cajeras de bancos, con un 94% de mujeres, 10.500 dólares; las empleadas en servicios relacionados con la alimentación, 75% de mujeres, 8.200 dólares.

Las mujeres ganan más vendiendo su cuerpo que con sus aptitudes. «En este contexto», escribe Catherine MacKinnon, «cabe preguntarse: ¿cuál es la mejor opción para las mujeres desde el punto de vista económico?». En 1981, en contraste con los salarios de las mujeres «respetables» antes citadas, la prostituta callejera media de Manhattan ganaba entre 500 y 1.000 dólares por semana. Un estudio reciente indica que la única diferencia entre las prostitutas y las demás mujeres con la misma educación es que las primeras ganan el doble. La profesión de modelo y la prostitución son las únicas en las que las mujeres ganan más que los hombres. Una mujer de cada cuatro gana menos de 10.000 dólares anuales aunque trabaje a tiempo completo. Miss Reino Unido ganará 42.000 dólares en 1990 en concepto de publicidad, además de un coche. En 1989, Miss América ganó 150.000 dólares, una beca de 42.000 dólares y un automóvil de 32.000.

¿Cómo puede una mujer creer en el mérito frente a una realidad semejante? Un mercado laboral que la recompensa indirectamente como si estuviese vendiendo su cuerpo no hace más que mantener las principales opciones de trabajo tradicionales, el matrimonio forzoso o la prostitución, de una manera más amable y por la mitad del salario. La relación entre salario y esfuerzo en las profesiones de exhibición de alto nivel, de las que se mantiene bien informadas a las mujeres («es tan agotador trabajar bajo el calor de esos focos»), es una caricatura de la verdadera relación del trabajo femenino y la remuneración que reciben. Alimentando las fantasías sobre las excesivamente remuneradas profesiones de exhibición, la cultura dominante ayuda al empresario a evitar una resistencia organizada frente a la monotonía y los bajos sueldos de las mujeres reales que hacen un trabajo real. A través del lazo de unas aspiraciones propagadas por todas las revistas femeninas, las mujeres aprenden a subestimarse. Ese sentido del *derecho* profesional que el trabajador adquiere cuando espera una retribución justa por una tarea bien hecha se mantiene así alejado de las expectativas de la mujer trabajadora.

En estudios realizados sobre la percepción del propio cuerpo, las mujeres sobrestiman siempre sus dimensiones. En los estudios de percepción de su valor económico, siempre subestiman sus gastos

comerciales. Los empresarios reconocen que «una forma de eliminar a las mujeres que aspiran a un empleo consiste en volver a ofrecerlo con un salario más alto». «Cuando se trata de definir nuestro valor económico», concluye otro estudio, «abrigamos profundas dudas acerca de nosotras mismas.» El punto esencial es que existe una relación de causa y efecto entre estos dos tipos de percepción. Al valorar las aptitudes profesionales de las mujeres con unos niveles artificialmente bajos y al ligar el valor físico con el lugar de trabajo, el mercado está protegiendo su fuente de mano de obra femenina barata.

La inseguridad profesional que genera esta situación abarca la totalidad del sistema de castas biológicas establecido por el RBP. Se halla entre las mujeres «bellas», ya que, por considerable que sea su éxito profesional, nada podrá convencerlas de que son ellas mismas, y no su belleza, lo que les permitió escalar posiciones. Se halla también entre las mujeres «feas», que aprenden a devaluarse a sí mismas.

Las fotografías de chicas exuberantes que hay en las paredes de muchos lugares de trabajo son metáforas que representan cómo la imagen de la Doncella de Hierro se utiliza para mantener a las mujeres sometidas en el trabajo. En la mina Shoemaker, cuando varias mujeres mineras se incorporaron al grupo de trabajo, aparecieron pintadas que tenían como blanco del ridículo los pechos y los genitales de determinadas mujeres. A una mujer con poco pecho, por ejemplo, la llamaban «tetas al revés». Ante semejante escrutinio, «cada vez les resultó más difícil a las mineras conservar su autoestima, y su vida personal y laboral empezó a deteriorarse». Otra sentencia en los Estados Unidos sostuvo el derecho de los trabajadores de sexo masculino a exhibir material pornográfico en su lugar de trabajo, por muy ofensivo que esto fuese para las mujeres, invocando como fundamento que, de todos modos, el paisaje está invadido por material de esta clase. En Gran Bretaña, el Consejo Nacional de Libertades Civiles reconoce que estas fotografías en las paredes constituyen acoso sexual, ya que «minan directamente la visión individual de las mujeres de sí mismas y de su capacidad de realizar el trabajo». Cuando los sindicatos organizaron grupos para discutir esta cuestión, 47 grupos, de un total de 54, calificaron este material como un ejemplo de acoso sexual que les molestaba. La Sociedad de Trabajadores Civiles y Públicos le da la misma calificación de acoso sexual. Las mujeres entrevistadas manifestaron que cuando las fotografías de mujeres aparecían fijadas a las paredes, sentían que «se hacen comparaciones indirectas». El uso de material pornográfico de este género se utiliza expresamente para minar el respeto de sí misma de las trabajadoras. En el caso Porcelli contra Strathclyde Regional Council, la señora Porcelli declaró que quienes la asediaban «hacían frecuentes

comentarios sobre mi aspecto físico, comparándolo con el de la mujer desnuda de la fotografía de la pared». Cabe señalar que ni el sistema judicial británico ni estadounidense parecen entender que la intención de este tipo de acoso es hacer que las mujeres que trabajan en estos ambientes se sientan físicamente anuladas, especialmente en comparación con los hombres. Es un propósito *deliberado* de restablecer la desigualdad que el acceso de la mujer al trabajo había hecho desaparecer. Puesto que fomenta en las mujeres su sensación de fealdad, o bien, si la meta es la belleza, su sensación de estar exhibiéndose o de ser tontas, no debería ser necesario que *condujera* a otros daños, tal como lo define ahora la ley, para ser considerado discriminatorio; ya *es* en sí un daño.

El RBP mantiene a las mujeres en un estado de pobreza material y psicológica, puesto que consume el dinero del grupo de mujeres que representarían la mayor amenaza si adquiriesen el sentido de sus derechos, que se derivan de su seguridad económica. Por este medio, incluso las mujeres más ricas se mantienen apartadas de la experiencia masculina de la riqueza. El doble criterio de evaluación hace a las mujeres realmente más pobres que sus pares masculinos, ya que extrae una mayor proporción de los ingresos de la ejecutiva que de los del ejecutivo, y eso es una parte de su objetivo. «Se castiga a las mujeres por su aspecto, mientras que los hombres pueden llegar muy lejos con un solo traje de franela gris», se queja con ironía una ex redactora de belleza de la revista *Vogue*, quien calcula sus gastos de mantenimiento en unos 8.000 dólares anuales. Las mujeres profesionales del medio urbano destinan hasta un tercio de sus ingresos al «mantenimiento de su belleza», y lo consideran una inversión necesaria. Sus contratos de trabajo llega a asignar una porción de su sueldo a la compra de ropa de alta costura y a costosos tratamientos de belleza. *New York Woman* describe a una típica y ambiciosa ejecutiva, una mujer de 32 años que gasta «de buen grado más de 20.000 dólares anuales» es sesiones de *body building*. Las pocas mujeres que al final ganan tanto como los hombres se ven forzadas, a causa del RBP, a pagarse *a sí mismas* una suma significativamente menor que la que se lleva a casa su colega masculino. Así se ha generado una discriminación salarial de la que son origen las mismas mujeres.

Cuando se utiliza contra las mujeres ricas, el RBP contribuye a poner en práctica y racionalizar una discriminación al más alto nivel. En 1987, la Cámara de Comercio de Estados Unidos presentó un informe según el cual las mujeres con alto cargos ejecutivos, como el de vicepresidente y otros superiores, ganan el 42% menos que los hombres en el mismo puesto. Los hombres dentro de las veinte profesiones mejor remuneradas ganan bastante más que sus colegas

femeninas, afirma Ruth Sidel en *Women and Children Last*. Tal discrepancia está protegida por la forma en que el RBP extrae dinero, tiempo libre y *confianza* de esta clase emergente, permitiendo así que las compañías cuenten con profesionales expertas en los niveles mejor remunerados, a la vez que defienden a las estructuras de las organizaciones dominadas por hombres de una potencial invasión por parte de unas mujeres que *han dejado de pensar como pobres. Agota a las mujeres*. Próximo ya el fin de siglo, las mujeres trabajadoras están agotadas, profundamente cansadas, en una medida inimaginable para sus colegas masculinos. Una reciente serie de encuestas «señalan todas lo mismo: las mujeres de hoy están agotadas.» El 70% de las ejecutivas de alto nivel en los Estados Unidos mencionan la fatiga como su principal problema. Casi el 50% de la que tienen de 18 a 34 años en ese país están «cansadas casi siempre». El 41% de las 1.000 mujeres danesas interrogadas declararon estar «cansadas en este momento», En Gran Bretaña, el 95% de las mujeres que trabajan colocan el «sentirse inútilmente cansadas» a la cabeza de sus problemas. Esta extenuación es lo que puede detener el futuro avance colectivo de las mujeres y ése es su objetivo. Una fatiga intensificada por los rigores del RBP, sostenida por su perpetuo estado de ansiedad y renovada en su interminable noria electrónica, puede finalmente lograr lo que no ha conseguido la discriminación abierta. Las mujeres de alto rendimiento profesional tienen, por esta causa, sólo la energía y concentración suficiente para realizar muy bien su trabajo, pero no les queda nada para el tipo de activismo social o de libre reflexión que pueda llevarlas a cuestionar y cambiar la estructura misma. Si los rigores se intensifican hasta llevarlas al punto del agotamiento físico es posible que lleguen a anhelar simplemente el volver a casa. En los Estados Unidos comienzan a oírse ya entre las mujeres que han hecho carrera murmullos de nostalgia de la vida que llevaban antes de subir las escaleras mecánicas que no las condujeron a ninguna parte.

Todos los sistemas laborales basados en la coacción de la mano de obra hasta obligarla a aceptar malas condiciones de trabajo y una remuneración injusta han reconocido la falta de eficacia de mantener fatigada a dicha mano de obra para evitar que cree dificultades.

Invierte el ciclo de trabajo masculino. El RBP enseña visualmente a las mujeres que deben renunciar al poder al mismo ritmo en que los hombres lo obtienen. De las mujeres de más de 65 años, el sector de mayor crecimiento en la población de los Estados Unidos, una de cada cinco vive en condiciones de pobreza. El 35% de los ciudadanos que viven solos son ancianas, el 50% de las cuales tiene menos de 1.000 dólares en ahorros. «Si se es mujer», escribe Sylvia Ann Hewlett, «se tiene un 60% de probabilidades de ser pobre en la vejez.» El promedio

de ingresos de las ancianas era el 58% del de los ancianos. En Gran Bretaña, las ancianas solas superan numéricamente a los ancianos en una relación de cuatro a uno, mientras que hay el doble de mujeres que de hombres que requiere ayuda económica. La mujer alemana media se jubila con sólo la mitad de una pensión completa. Entre las que se jubilan en los Estados Unidos, sólo el 20% cuenta con pensiones privadas. En todo el mundo, sólo el 6% de las mujeres asalariadas recibirán una pensión en el año 2000. Causa temor ser una anciana en nuestra cultura y ello no se debe sólo a que se pierda la lozanía. Las mujeres se aferran al RBP porque la amenaza es real: a una mujer joven puede irle realmente mejor si invierte en su sexualidad, puesto que los intereses que obtiene son óptimos en comparación con los derivados de una vida de trabajo duro.

Las «bellezas» llegan a lo más alto de las posibilidades que se abren ante ellas durante su primera juventud. También lo hacen las mujeres en el plano económico. El RBP reproduce dentro de la economía el ciclo vital invertido de la belleza. A pesar de los veinte años de la segunda ola de la lucha feminista, las carreras de las mujeres no alcanzan su culminación durante la edad madura o al principio de la tercera edad, como sucede con los hombres. Si bien el mundo de los negocios comenzó a incorporar a las mujeres a principios de los setenta, ya ha pasado, pues, tiempo «suficiente como para que pudiesen progresar considerablemente en sus carreras», sólo el 1-2% de los ejecutivos de alto nivel son mujeres. Si bien el 50% de los licenciados en derecho son mujeres, sólo el 5% de los puestos de socio en los bufetes privados están ocupados por ellas. El techo de cristal actúa en ventaja de la élite tradicional, y el mito de la belleza asegura su buen funcionamiento.

Una de las reacciones que este hecho provoca es que las mujeres mayores que han progresado en cualquier profesión se ven obligadas a ver en las huellas de su edad (fiel compañera del progreso de los hombres) una «necesidad» de recurrir a la cirugía estética. Reconocen esta necesidad como una obligación profesional más que personal. Mientras sus colegas masculinos pueden mirarse en la generación que los precede, integrada por hombres viejos y exitosos que representan la edad que tienen, las mujeres de hoy carecen de tal modelo.

La demanda de cirugía estética en la esfera del trabajo lleva a las mujeres a una realidad alternativa basada en ciertas ideas sobre el uso del ser humano como trabajador que no se han aplicado a los hombres desde la abolición de la esclavitud, antes de la cual los «amos» tenían derecho a infligir mutilaciones físicas a sus «trabajadores». La economía de la cirugía no es una economía de la esclavitud, por

supuesto, pero al exigir una alteración permanente, dolorosa y arriesgada del cuerpo, constituye, como el tatuaje, la escarificación y las marcas con hierros candentes de otros tiempos y lugares, una categoría a medio camino entre la economía de esclavitud y el libre mercado. El dueño de esclavos podía cortarle un pie al esclavo que se rebelaba. En la situación actual, el empresario puede cortar partes del rostro de la mujer. En un mercado libre, el *trabajo* es lo que se vende al empresario. El *cuerpo* pertenece a la empleada.

La cirugía estética y la ideología en favor de la mejora del propio físico puede haber hecho obsoleta la esperanza de recurrir legalmente a la justicia. Puede comprenderse mejor lo insidioso de este fenómeno si tratamos de imaginar un juicio por discriminación racial celebrado ante una poderosa tecnología capaz de procesar, bastante dolorosamente, la piel de la gente de color para hacerla más blanca. Un trabajador negro puede argüir hoy, con perspectivas de ser escuchado, que no *quiere* ser más blanco y que no tiene por qué serlo para conservar su empleo. Sin embargo, todavía no hemos iniciado la lucha por los derechos civiles femeninos que permitan que una trabajadora declare que prefiere verse como ella misma y no como una «joven bonita y extraña». Aunque el RBP también coloca a las mujeres dentro de un sistema biológico de castas, aún no se reconoce ni remotamente que la identidad femenina sea tan legítima como la identidad racial (aunque ésta tenga un reconocimiento muy débil). Es inconcebible para la cultura dominante el tener que respetar, como un acto de solidaridad política, y tan profunda como cualquier orgullo racial o étnico, la determinación de una mujer a demostrar su lealtad -ante un mito de la belleza tan poderoso como los mitos sobre la supremacía de la raza blanca- a su edad, su cuerpo, su persona, su vida.

Mantiene aisladas a las mujeres. La solidaridad femenina en el trabajo podría obligar a la estructura del poder a abordar las costosas concesiones que muchos economistas de hoy consideran necesarias si se quiere que las mujeres tengan igualdad de oportunidades: guarderías, flexibilidad en el horario, seguridad en el empleo después del parto y licencia paternal. Podría cambiar además el enfoque del trabajo y la estructura misma de la organización. La sindicalización de oficinistas y dependientas obligaría a las economías occidentales a reconocer seriamente la contribución hecha por la masa laboral femenina. El 50% de las trabajadoras británicas no están sindicadas, según la Comisión para la Igualdad de Oportunidades. En los Estados Unidos, el 86% tampoco lo está. Sylvia Ann Hewett considera que el futuro de los sindicatos está en las mujeres y que ellas ofrecen la solución a la «feminización de la pobreza» de los últimos veinte años.

«El hecho de que las mujeres sindicadas ganan, en promedio, el 30% más que las no sindicadas habla por sí solo», escribe. «Cuando se organizan colectivamente, a las mujeres les va mejor.» Las empleadas de oficina, que son el 33% de la mano de obra femenina, y las empleadas en ventas y servicios, más del 25%, han sido uno de los grupos que más ha costado organizar. Cuando las mujeres aprender a verse en primer término como bellezas, no existe ningún tipo de solidaridad. Bajo el mito, cada cual vela sólo por sí misma.

Utiliza su cuerpo para expresar su papel económico. Cuando una mujer dice: «Esto nunca será justo, aunque se cambien las reglas», es que ha llegado a un análisis más profundo del mito desde el punto de vista de clase. Por mucho que trabaje, nunca recibirá la remuneración adecuada. Por mucho que se esfuerce, «nunca llegará». Su nacimiento no es el nacimiento de una aristócrata de la belleza, esa especie mítica. *No* es justo. Por eso existe.

La dura labor de la belleza, y la consideración de las mujeres como bellezas más que como trabajadoras, les ofrece a diario metáforas de las verdaderas injusticias económicas que se les aplican en el lugar de trabajo: beneficios selectivos; favoritismo en los ascensos; falta de seguridad en el empleo; planes de jubilación que pagan sólo una fracción del capital aportado por la trabajadora; un enclenque paquete de acciones administrado por asesores poco escrupulosos que se beneficiarán con las pérdidas de sus inversores; falsas promesas y contratos sin validez; una política donde el primero contratado es el primero despedido; desunión y continuos vapuleos a los sindicatos, y una abundante mano de obra barata y dispuesta a hacer de esquirol en cuanto sea necesario.

En un experimento sobre conducta animal que Catharine MacKinnon cita, un grupo de pollos recibía alimento cada vez que se ponía a picotear, otro grupo era alimentado una vez sí y otra no, un tercero recibía alimento sin una frecuencia fija. Cuando se dejó de alimentarlos, el primer grupo dejó de intentarlo de inmediato y el segundo no tardó mucho en dejar de hacerlo. El tercer grupo, escribe, «*nunca dejó de intentarlo*».

Las mujeres, en la medida en que la belleza y el trabajo sirven tanto para recompensarlas como para castigarlas, nunca llegan a esperar una conducta consecuente, pero se puede esperar de ellas que nunca dejarán de intentarlo. El trabajo basado en la belleza y el requisito de belleza profesional actúan conjuntamente para enseñarles que, en lo que a ellas concierne, la justicia no se aplica. Esta injusticia se presenta ante la mujer como algo inalterable, eterno, adecuado, y

surgido de su propia persona, algo que forma parte de ella tanto como su altura, el color de su pelo, su sexo y la forma de su rostro.

III. Cultura

Como las mujeres han vivido aisladas del mundo, alejadas unas de otras, y como su herencia cultural ha sido sumergida con cada generación, dependen mucho más que los hombres de los modelos culturales que hay en el mercado y tienen muchas más posibilidades de quedar marcadas por ellos. En *Monuments and Maidens*, Marina Warner explica por qué aparecen nombres y efigies de personajes masculinos en unos monumentos que están sostenidos por «bellas» y anónimas mujeres de piedra. Tal situación se aplica a la cultura en general. Y como tienen pocos modelos culturales en el mundo, las mujeres los buscan en la pantalla y en las páginas satinadas de las revistas.

Este modelo, que excluye a la mujer como individuo, se extiende desde la más alta cultura hasta la mitología popular. «Los hombres miran a las mujeres. Las mujeres se miran a sí mismas siendo miradas. Esto determina no sólo las relaciones entre hombres y mujeres, sino también las de las mujeres consigo mismas.» Esta conocida cita del crítico John Berger es una verdad que ha estado vigente a lo largo de la historia de la cultura occidental y hoy lo está más que nunca.

Los hombres están expuestos a unos modelos masculinos *de moda*, pero no los consideran modelos de su papel en la sociedad. ¿Por qué dan tanta importancia las mujeres a algo que es, en realidad, nada, imágenes, pedazos de papel? ¿Tan débil es su identidad? ¿Por qué creen que deben tratar los «modelos» -maniquíes-, como si fuesen «modelos» -paradigmas? ¿Por qué aceptan el «ideal», cualquiera que sea en ese momento, como si fuese un mandamiento no negociable?

Las heroínas

No se trata de que la identidad de las mujeres sea por naturaleza débil. Sucede que el «ideal» ha adquirido una importancia tan obsesiva para las mujeres porque ése era su objetivo. Las mujeres son simples «bellezas» en la cultura de los hombres para que la cultura pueda seguir siendo masculina. Cuando las mujeres, en esta cultura, demuestran tener carácter, no son deseables, pero sí lo es, en cambio, la ingenua inocente. Hablar de una bella heroína es establecer una contradicción, ya que el heroísmo tiene que ver con lo individual, algo interesante y eternamente cambiante, mientras que la belleza es algo genérico, aburrido e inerte. La cultura resuelve dilemas morales, la belleza en cambio es amoral. Si una mujer nace semejante a un objeto de arte, es un accidente de la naturaleza, un efímero consenso en la opinión de las masas, una curiosa coincidencia, pero no es un acto moral. De las «bellezas» de la cultura masculina, las mujeres aprenden una amarga lección de moral: que las lecciones morales de su cultura las excluyen.

Desde el siglo XIV la cultura masculina ha silenciado a las mujeres desmontándolas en bonitos pedazos. El catálogo de rasgos físicos desarrollado por los trovadores fue el primero en inmovilizar a la mujer amada en el silencio de la belleza. El poeta Edmund Spenser perfeccionó dicho catálogo en su himno *Epithalamion* (1595). Nosotros hemos heredado ese catálogo en formas que van desde artículos tales como «Haz una lista de tus buenos rasgos», en las revistas femeninas, hasta las fantasías de la cultura de masas en las que se fabrica a la mujer perfecta.

La cultura estereotipa a las mujeres para adaptarlas al mito, aplastando lo femenino hasta lograr la belleza sin inteligencia o la inteligencia sin belleza. Se les concede una mente o un cuerpo, pero no ambos. Una alegoría común que inculca esta lección es la de las parejas de guapa y fea: Lea y Raquel en el Antiguo Testamento y María y Marta en el Nuevo; Helena y Hermia en *Sueño de una noche de verano*, Anya y Dunyasha en *El jardín de los cerezos*, Daisy Mae y Sadie Hawkins en la tira comica *Little Abner*, Glinda y la Bruja Malvada en *El Mago de Oz*, Verónica y Ethel en *Riverdale*, Ginger y Mary Ann en *Gilligan's Island*, Janet y Chrissie en *Three's Company*, Mary y Rhoda en *El show de Mary Tyler Moore* y así sucesivamente. La cultura masculina parece que se imagina mejor a dos mujeres juntas cuando define a una de ellas como ganadora y a la otra como perdedora en el mito de la belleza. En la obra literaria femenina, en contraste, el mito se desvirtúa. Las mejores novelistas de la cultura femenina comparten la

búsqueda de lo esplendoroso, una belleza con significado. La batalla entre la belleza sobrevalorada y la heroína de atractivo físico pero llena de vida forma la columna vertebral de estas novelas escritas por mujeres. Parten de *Jane Eyre* y llegan hasta las novelas románticas de hoy en sus ediciones de bolsillo, donde la hermosa y malvada rival tiene una espléndida melena rizada y un vertiginoso escote, mientras que la heroína sólo cuenta con su valiente mirada. La prueba central del héroe es su capacidad de reconocer la verdadera belleza de la heroína.

Esta tradición confronta a la hermosa y tonta Jane Fairfax («No puedo separar a miss Fairfax de su cuerpo») con la mucho más sutil Emma Woodhouse en *Emma* de Jane Austen; la frívola rubia Rosamond Vincy («¿Para qué sirve ser exquisita si no nos ven los mejores jueces?») con Dorothea Casaubon y su aspecto de monja en *Middlemarch* de George Elliot; la manipuladora y «notablemente bonita» Isabela Crawford con la modesta Fanny Price en *Mansfield Park* de Jane Austen; la desalmada Isabella Thorpe con Catherine Morland, insegura de sí misma «en cuanto a la belleza de su propio sexo», en *Northanger Abbey*; la narcisista Ginevra Fanshaw («¿Cómo me ves hoy?... Sé que estoy hermosa») con la invisible Lucy Snowe («Me vi en el espejo... no me gustó mucho esa pálida visión») en *Villete* de Charlotte Brontë; y en *Mujercitas* de Louisa May Alcott, la vanidosa Amy March, una «preciosa estatua», se opone a la poco «femenina» Jo, que vende su única «belleza», su cabellera, para ayudar a su familia. La tradición sigue hacia el presente en las novelas de Alison Lurie, Fay Weldon y Anita Brookner. Así que la literatura de las mujeres está llena, en una medida desgarradora, de las injusticias cometidas por la belleza, tanto por su presencia como por su ausencia.

En cambio, cuando las jóvenes leen los libros de la cultura masculina, el mito subvierte lo que tales relatos parecen decir. Los cuentos contados a los niños como parábolas de los valores correctos pierden todo significado para las mujeres cuando el mito emprende su cometido. Tomemos la historia de Prometeo, que leí por primera vez en forma de historieta. Para el niño socializado dentro de la cultura occidental, enseña que un gran hombre lo arriesga todo por la audacia intelectual, el progreso y el bien común. Pero, como futura mujer, la niña aprende que la mujer más hermosa del mundo fue creada por el hombre y que fue su audacia intelectual la que trajo la primera enfermedad y la muerte para los hombres. El mito hace que la joven lectora adquiera cierto escepticismo en cuanto a la coherencia moral de las historias de su cultura.

A medida que crece, su doble visión se intensifica. Si lee el *Retrato de*

un artista adolescente de James Joyce, no espera que se pregunte por qué Stephen Dedalus es el héroe de la novela. Sin embargo, en *Tess D'Urberville*, de Thomas Hardy, ¿por qué el haz luminoso de la descripción cayó sobre Tess y no en cualquiera otra de las muchachas campesinas, saludables e incultas, que danzaban en círculo aquella mañana de mayo? La vieron y la hallaron bella, y por eso *le sucedieron muchas cosas*. Riqueza, indigencia, prostitución, amor auténtico y la horca. Su vida, cuando menos, se hizo interesante, mientras que las muchachas de manos toscas, sus amigas, permanecían en sus rústicas provincias para realizar el monótono trabajo agrícola que no constituye material para novelas. Stephen figura en su historia por ser un protagonista excepcional que merece ser conocido y será conocido. Pero... ¿y Tess? Sin su belleza se habría quedado fuera de la emoción y el horror de grandes hechos. La mujer aprende de pequeña que las cosas les suceden a las mujeres hermosas, sean interesantes o no. E interesantes o no, las historias no se desarrollan para las mujeres que no son hermosas.

La educación recibida en sus primeros años la hace receptiva para las «heroínas» de la cultura de la mujer adulta: las modelos de las revistas femeninas. Estas modelos son lo que las mujeres mencionan habitualmente en primer lugar cuando piensan en el mito.

Revistas femeninas

La mayoría de los comentaristas, como el satírico de *Private Eye*, ridiculizan la «trivialidad» de los temas de las revistas femeninas, así como su tono editorial: «La vulgaridad de las revistas femeninas es una mezcla pretenciosa de charlas sobre tabúes con grandes dosis de sentimentalismo». Las mujeres también creen que transmiten los peores aspectos del mito de la belleza. A menudo las mismas lectoras se muestran ambivalentes frente a esa mezcla de placer y ansiedad que les ofrecen. «Las compro», me dijo una joven, «como una forma de autotortura. Me despiertan una extraña mezcla de expectativa y de temor, una especia de euforia provocada. ¡Sí! ¡Vaya! ¡Será mejor que empiece ahora mismo! ¡Mira a está! ¡Mira a ésta! Pero casi enseguida siento ganas de deshacerme de toda mi ropa y de todo lo que tengo en la nevera y de decirle a mi novio que no vuelva a llamarme por teléfono y de borrar toda mi vida de un plumazo. Me avergüenza admitir que las leo todos los meses.»

Las revistas femeninas han acompañado todo el progreso de las mujeres y también la evolución simultánea del mito de la belleza. Durante las décadas de 1860 y 1870, se fundaron las universidades Girton y Newnham, Radcliffe y Vassar, así como otras instituciones educativas femeninas. Y como escribe Peter Gay, «la emancipación femenina comenzaba a estar fuera de control». Entretanto se perfeccionaba la producción en masa de imágenes de belleza y se fundaron revistas como *Queen* y *Harper's Bazaar*. La tirada del *English Women's Domestic Magazine* de Beeton se duplicó, alcanzando los 50.000 ejemplares. La proliferación de las revistas femeninas fue posible gracias a grandes inversiones de capital combinadas con el aumento del nivel educativo y el poder adquisitivo de las mujeres de la clase media baja y de la clase obrera. Había comenzado la democratización de la belleza.

Las revistas comenzaron a aceptar publicidad a comienzos de este siglo. Mientras las sufragistas se encadenaban a las rejas de la casa Blanca y del Parlamento británico, la tirada de las revistas femeninas volvió a doblarse Hacia 1910, época de la Mujer Nueva, el estilo de estas revistas ya se había estabilizado en lo que es actualmente: cálido, relajado e íntimo.

Las revistas, como lo han demostrado otros autores, reflejan los cambios en la condición de la mujer. Las revistas de la era victoriana «serían a un sexo femenino virtualmente encadenado al ámbito doméstico», pero con la Primera Guerra Mundial y la participación en

ella de las mujeres «desarrollaron rápidamente un importante grado de concienciación social». Cuando la mano de obra masculina volvió de las trincheras, las revistas volvieron al hogar. Nuevamente, en los años cuarenta confirieron gran atractivo al trabajo remunerado en la industria bélica, así como al trabajo voluntario de participación en el esfuerzo de guerra. «La prensa colaboró», escribe John Costello en *Love, Sex and War (1939-1945)*, «cuando la Comisión de Personal para la Guerra recurrió a Madison Avenue para reforzar su campaña nacional para atraer a mujeres que trabajasen por primera vez». En esta campaña de reclutamiento la revista *Glamour* ocupó un lugar de primera línea.

Las mujeres respondieron ocupando puestos masculinos y bien remunerados, y una nueva sensación de competencia y confianza creó en ellas un espíritu más audaz. Al mismo tiempo, dice John Costello, la publicidad «trataba de preservar una imagen femenina socialmente aceptable de las trabajadoras». Un anuncio de la crema de belleza Pond's decía: «Nos agrada tener un aspecto femenino aunque estemos haciendo un trabajo de hombre... Por ello nos ponemos flores y cintas en el pelo y tratamos de mantenernos bonitas como a ustedes les gusta». Costello cita un anuncio en el que se admite que si bien no es posible ganar la guerra mediante el pintalabios, éste «es una de las razones que nos mueven a luchar... el preciso derecho de las mujeres a ser femeninas y hermosas». Mientras se producía un inmenso cambio social que estaba dando a las mujeres responsabilidades, autonomía, asistencia pública para los niños y buenos salarios, la publicidad velaba por la conservación de un mercado para sus productos. Costello señala que «no eran sólo los anuncios... los artículos de las revistas femeninas dirigían la atención de las mujeres hacia la necesidad de mantener su *coeficiente de feminidad*». Era necesario para las revistas asegurarse de que sus lectoras no se iban a liberar de su interés en ellas.

Con la desmovilización de los hombres las economías occidentales se encuentran ante una crisis. En los Estados Unidos el gobierno necesitaba «contrarrestar los temores de que sus soldados volviesen a un mercado laboral saturado de mujeres». Con gran consternación, las autoridades advirtieron que se había equivocado al esperar que sería posible explotar el trabajo de las mujeres sólo como un recurso de emergencia. «Entre bastidores, las burocracias dominadas por los hombres elaboraron planes de posguerra basados en la suposición de que las mujeres volverían sumisamente a cumplir su eterna misión de esposas y madres. Estaban equivocados.» Muy equivocados, ya que la mayoría, entere el 61% y el 85%, según reveló una encuesta, «no quería en absoluto volver al trabajo doméstico después de la guerra».

Lo que vio la Comisión en esta decidida respuesta de las mujeres que trabajaban fue la amenaza de que los veteranos que regresaban perdiesen sus empleos en favor de estas trabajadoras con salarios más bajos, provocando así un malestar social y una repetición de la Gran Depresión. Al año siguiente del fin de la guerra, cuando las revistas volvían a decantarse, en términos más exagerados que antes, hacia la domesticidad, tres millones de mujeres norteamericanas y un millón de británicas perdieron o dejaron sus empleos.

Si bien muchos autores han señalado que las revistas femeninas reflejan los cambios históricos, son menos los que analizan cómo parte de la tarea de dichas revistas es, también, determinar esos cambios. Los editores cumplen su misión al leer el *Zeitgeist*[2]. Se mantiene alerta en cuanto a los roles sociales impuestos a las mujeres con el fin de servir a los intereses de quienes auspician su publicación. Desde hace más de un siglo, las revistas femeninas son uno de los agentes más poderosos para el cambio de los roles femeninos y, durante todo este periodo, han llenado de atractivo lo que la economía, las empresas anunciantes, y, durante la guerra, el gobierno, necesitaban de las mujeres en ese momento.

En los cincuenta el papel tradicional de las revistas femeninas ya estaba establecido. «En términos psicológicos», escribe Ann Oakley en *Housewife*, «permitieron a la madre acosada, al ama de casa sobrecargada de trabajo, tomar contacto con su personalidad ideal, esa personalidad que aspira a ser una buena esposa y una buena madre y una administradora doméstica eficiente… El papel esperado de la mujer en la sociedad era buscar la perfección en los tres aspectos.» La «perfección», no obstante, cambia según las necesidades de los políticos, los empresarios y, en la economía de la posguerra, que dependía de un consumo en continuo crecimiento, de la publicidad.

Esta década de los cincuenta marca un aumento enorme de los ingresos del sector de publicidad y produjo un cambio en el equilibrio entre el medio editorial y el publicitario. Las revistas femeninas despertaron el interés de las «empresas que, con el fin inminente de la guerra, debían lograr que la venta de bienes de consumo llenase el espacio vacío de los contratos de la industria bélica». Los principales anunciantes en las revistas responsables de *la mística femenina* se orientaron hacia la venta de productos para el hogar.

En un capítulo de *La mística femenina* llamado «La estafa sexual», Betty Friedan apuntaba que la «falta de identidad de las amas de casa norteamericanas, así como su falta de objetivos… [son] manipuladas para ser convertidas en dólares». Analizó un estudio de marketing y en

él encontró que, de las tres categorías de mujeres, la mujer con una carrera profesional era «poco saludable» desde el punto de vista de las empresas y que «sería ventajoso no permitir que este grupo se agrande... No son el tipo ideal de cliente. *Son demasiado críticas*».

Los estudios de los expertos en mercado describían cómo manipular al ama de casa hasta trasformarla en una insegura consumidora de productos domésticos. «Hay que provocar una transferencia del sentimiento de culpa», afirmaban. «Capitalizar esa culpa bajo la que se oculta una suciedad que no vemos.» Destacar el «valor terapéutico» de la cocina: «Teniendo en casa la masa para tortas X, serás una mujer diferente». Se insistía en dar al ama de casa una «sensación de logro personal» para compensarla por una tarea «sin fin y que ocupa todo el tiempo». Darle, decían los fabricantes, «productos especiales para tareas especiales», y «hacer que el trabajo de casa sea una cuestión de conocimiento y de habilidad, y no un mero esfuerzo físico incesante y aburrido». Identificar nuestros productos con «recompensas espirituales», con «una fe casi religiosa». Para los objetos con un mayor valor añadido psicológico, termina diciendo el informe, «el precio en sí casi no tiene importancia». Los anunciantes de hoy venden productos dietéticos, cosméticos especiales y cremas antiarrugas en lugar de artículos para el hogar. (Los artículos de tocador y los cosméticos proporcionan 650 millones de dólares de ingresos por publicidad todos los años en los Estados Unidos, en comparación con los jabones y otros artículos de limpieza que arrojan 67 millones). Es fácil sustituir los datos de la década de los cincuenta por los equivalentes actuales del mito de la belleza.

Friedan llegó a la conclusión de que si la publicidad es

> un caso claro de *caveat emptor*, el mismo mensaje sexual de venta disfrazado en el contenido editorial es menos ridículo y más insidioso... No es necesario escribir un informe ni decir una sola palabra en una reunión editorial. Los hombres y mujeres que toman las decisiones editoriales a menudo ceden parte de sus nobles ideales para asegurarse los dólares de la publicidad.

Tal apreciación sigue siendo verdadera.

Nada ha cambiado en el aspecto estructural, salvo los detalles del ideal. Betty Friedan preguntaba:

> ¿Por qué nunca se menciona que la función verdaderamente decisiva cumplida por las mujeres como amas de casa es *comprar más cosas para la casa*? De alguna menara, en alguna parte,

> alguien debe de haber pensado que las mujeres compran más cosas si se las mantiene en ese estado minusvalorado, en esa nostalgia indefinible, en esa necesidad de gastar energía superflua que es la vida del ama de casa… Haría falta un economista bastante listo para imaginar qué podría mantener la marcha de nuestra próspera economía si el mercado de las amas de casa comenzase a caer.

Cuando el ama de casa inquieta, aislada, aburrida e insegura huyó de *la mística femenina* hacia el lugar de trabajo, los publicitarios encararon la pérdida de su principal consumidora. ¿Cómo asegurar que unas mujeres ocupadas, estimuladas, trabajando activamente siguiesen consumiendo en los mismos niveles que cuando disponían de todo el día y no tenían muchos más intereses que las ocupasen? Era necesaria una nueva ideología que produjese ese mismo consumismo lleno de inseguridad. Dicha ideología debía ser, en contraste con la de *la mística femenina*, una neurosis que la mujer que trabajaba pudiese llevarse a la oficina en su cartera. Para actualizar a Friedan, ¿por qué no se dice nunca que la verdadera función decisiva que cumplen las mujeres como aspirantes a bellezas es *comprar más cosas para el cuerpo*? De alguna manera, en alguna parte, alguien debe de haber pensado que las mujeres compran más cosas si se las mantiene en la condición de odio a sí mismas, de fracaso constante, de hambre y de inseguridad propias de la aspirante a «belleza».

Unos economistas muy listos imaginaron, en efecto, qué era lo que mantendría la marcha de nuestra próspera economía una vez que el mercado del ama de casa cayese tras la segunda ola del avance de las mujeres provocada por el libro de Friedan. Se creó el mito de la belleza con su industria de la esbeltez, de 33.200 millones de dólares, y su industria de la juventud, de 2.000 millones.

En el derrumbe de *la mística femenina* y el renacimiento del movimiento femenino, las revistas y los propagandistas de esa religión difunta se enfrentaron con su realidad desfasada. *El mito de la belleza, en su forma actual, surgió para ocupar el lugar de la mística femenina, para salvar a las revistas y a la industria publicitaria de las consecuencias económicas de la revolución feminista*.

El mito de la belleza asumió simplemente la función de la «religión» de la domesticidad señalada por Friedan. Los términos han cambiado, pero el efecto es el mismo. De la cultura de los años cincuenta Friedan lamentaba que «para la mujer no hay otra forma de ser una heroína» que «teniendo hijos todo el tiempo». Hoy una heroína debe «ser bella todo el tiempo».

El movimiento feminista casi logró demoler la economía de la versión de la feminidad propiciada por las revistas. Durante la segunda ola los fabricantes de la industria del vestido «se desesperaban al comprobar que las mujeres no gastaban ya mucho dinero en ropa». Al abandonar su papel de amas de casa consumidoras e incorporarse a la fuerza laboral masculina, su participación en los problemas del mundo más amplio podría llevarlas a perder del todo el interés en la realidad femenina propuesta por las revistas. Luego la autoridad de las revistas sufrió un nuevo desgaste con los violentos cambios en el mundo de la moda iniciados a finales de los setenta, el final de la alta costura y el comienzo de lo que las historiadoras de la moda Elizabeth Wilson y Lou Taylor llaman «Moda para todos». ¿Leerían revistas femeninas las mujeres liberadas? ¿Para qué? En realidad, entre 1965 y 1981 la venta de estas revistas cayó notablemente, de 555,3 a 407,4 millones de ejemplares por año. Editores y redactores veían como su dominio tradicional sobre las mujeres se debilitaba bajo los vientos del cambio social.

La cultura de la moda terminó y el imperio de las revistas como expertas en la materia resultó, de repente, irrelevante. *La mística femenina* se evaporó y todo lo que quedaba era el cuerpo. Junto a este movimiento femenino restablecido, en 1960 *Vogue* propuso, en un intento esperanzado, o quizá desesperado, el *New Look*. Al ansia de liberación de las mujeres de las antiguas limitaciones impuestas por la moda se opuso una nueva y siniestra relación con el cuerpo, cuando, según escribe Roberta Pollack Seid, *Vogue* comenzó a concentrarse tanto en el cuerpo como en la ropa, en parte porque era lo que podían dictar dentro de los estilos anárquicos imperantes. Despojadas de su vieja condición de expertas, de sus objetivos y del gancho de la publicidad, las revistas inventaron un nuevo recurso. El número de artículos relacionados con la dieta en la prensa popular aumentó un 70% entre 1968 y 1972. Los artículos sobre dietética pasaron de ser 60 en el año 1979 a 66 sólo en el mes de enero de 1980. En 1983-1984 el *Reader's Guide* enumeraba 103 artículos y en 1984 figuraban en los estantes de las librerías 300 libros sobre el tema. La lucrativa «transferencia del sentimiento de culpa» resucitaba en el momento más oportuno.

Esta transferencia de la culpa que rescató a las revistas femeninas ganó poder a través de la caricatura en los medios de difusión general de las heroínas del movimiento femenino renacido, caricatura muerta durante más de un siglo, siempre al servicio del mismo tipo de actitud reaccionaria. La convención convocada en 1848 en Seneca Falls en favor de unos Derechos para la Mujer dio lugar a editoriales sobre «mujeres asexuales» en las que se insinuaba que su conversión al

activismo se debía a que «eran demasiado repelentes para encontrar marido». «Estas mujeres carecen por completo de cualquier atractivo personal.» Otro editor antifeminista las caracterizó como «una especie híbrida, mitad hombre y mitad mujer, que no pertenece a ningún sexo». Cuando alguien que apoyaba el movimiento, el senador Lane, de Kansas, presentó una petición en favor del voto «para ciento veinte damas hermosas, inteligentes y llenas de aptitudes», en otra editorial se respondió que «esta estratagema no servirá. Apostamos cualquier cosa a que las damas en cuestión no son "bellas" ni llenas de aptitudes. Sin duda nueve de cada diez estarán ya "pasadas". Tienen nariz de pico de loro, patas de gallo bajo sus ojos hundidos...». Un médico que reaccionó contra la agitación feminista caracterizó a estas mujeres como «degeneradas» con «sus voces roncas, cuerpos hirsutos y pechos menudos». «Se denigró a las feministas llamándolas mujeres fracasadas, medio hombres, gallinas que cantan como gallos... en todas partes las revistas humorísticas y los legisladores hostiles divulgaron una imagen alarmante de espantosas brujas de aspecto varonil arengando a la Cámara de los Comunes.»

Tan pronto como las mujeres de los sesenta levantaron sus voces, los medios emprendieron la labor de falsedad exigida por la mentira vital del momento y dirigieron el mito de la belleza contra el aspecto de la mujer. La reacción a la protesta registrada en 1969 contra el Festival de Miss América preparó el escenario. La prensa concentró sus cámaras en los carteles que rezaban, por ejemplo: «Miss América tiene un solo defecto: es guapa», o «Los celos no te llevarán a ninguna parte». La revista *Esquire* no tardó en trazar un perfil de la feminista Gloria Steinem como «la chica del calendario de los intelectuales» y *Commentary* resumió la imagen de las feministas como «un montón de mujeres feas chillándose unas a otras para la televisión». El *New York Times* citó a una líder feminista tradicional diciendo que «la mayoría de ellas son tan poco atractivas...». La marcha por la Quinta Avenida de 1970 fue interpretada por haber destruido la falsa propagada sobre la fealdad de las «campeonas de la liberación», pues el periodista Peter Hamil nunca «había visto tantas mujeres bellas reunidas en un solo lugar desde hacía años». Norman Mailer admitió a Germaine Greer antes de su famoso debate en el City Hall: «Es usted más bonita de lo que yo suponía». Los titulares decían: «Las mujeres repelen», haciendo juegos de palabras en torno a la «revolución» y la «repulsión». Las mujeres absorbieron esta descripción del movimiento, y las caricaturas surtieron su efecto.

Las mujeres se dieron cuenta de que su atención estaba siendo dirigida de este modo, pero no comprendieron del todo cómo actúa este tipo de manipulación. Al atraer la atención hacia las características físicas

de las líderes feministas, *rechazadas tanto por ser demasiado bonitas como por ser demasiado feas*, se evitaba que las mujeres se identificasen con las reivindicaciones en juego. Si la líder es demasiado bella, es una amenaza, una rival. Si es «demasiado fea», se corre el riesgo de que a una la pinten con los mismos colores al identificarse con el movimiento. No se reconocían las implicaciones políticas del hecho de que *ningún grupo de mujeres*, sean amas de casa, prostitutas, cosmonautas o feministas, puede sobrevivir del mito de la belleza, en el que nadie gana. La labor del «divide y vencerás» resultaba eficaz. Como la belleza sigue la corriente de la moda, las imágenes manipuladas por el mito de un feminismo cada vez más maduro consiguieron darle un aspecto poco atractivo.

La nueva ola de revistas publicadas con posterioridad al movimiento se aprovechó de la ansiedad que aquellas caricaturas habían provocado entre las mujeres profesionales. A pesar de ello, la nueva ola periodística iniciada en 1965 por una renovada *Cosmopolitan* es ciertamente revolucionaria en comparación con las revistas anteriores que Friedan había atacado. La nueva fórmula incluye un tono cargado de expectativas, individualismo y confianza, según el cual debemos aspirar a lo más alto sin que nada se interponga en nuestro camino; un interés en las relaciones personales y sexuales que afirma la ambición y el apetito erótico de la mujer y que, por último, ofrece imágenes sexualizadas de modelos femeninos que, aunque apenas algo más sutiles que las dirigidas a los hombres, tienen por objeto expresar la liberación sexual de las mujeres. Pero la fórmula debe incluir además un elemento que contradiga y socave todo el material pro-mujer: dieta, cuidado de la piel y cirugía estética. Con ello se vende a las mujeres la versión más mortífera del mito de la belleza que se puede comprar con dinero.

Esta dosis obligatoria del mito de la belleza que proporcionan las revistas crea en las lectoras una codicia demencial, acuciante e insaciable, además de un fantaseo constante, el anhelo de alguna hada madrina que llegue a la puerta y las haga dormir. Al despertar la lectora, su cuarto de baño estará lleno de productos infalibles para el cuidado de la piel, instrucciones a seguir paso a paso, y paletas con el maquillaje exactamente indicado para ella. Este bondadoso fantasma le habrá cortado el pelo *perfectamente* durante su sueño, cambiado su cara y estirado y recortado sin dolor allí donde haga falta. En su armario ropero encontrará un guardarropa completo ordenado según la estación y la ocasión, coordinado por colores y con accesorios dispuestos en estantes para zapatos y sombrereras. La nevera estará llena de minúsculas verduras, artísticamente dispuestas en bandejas para *gourmets* ya preparadas, junto a virtuosas hileras de botellas de

agua mineral de famosas marcas francesas. Se entregará así a un mundo de consumo femenino, una apoteosis mucho más allá del apetito.

Las extremas contradicciones entre los elementos positivos y negativos del mensaje de las revistas provocan también reacciones extremas en las mujeres (en 1970, la revista *Ladie's Home Journal* fue blanco de una furiosa sentada de mujeres). ¿Por qué les importa tanto a las mujeres lo que dicen y muestran las revistas?

Les importa porque, si bien las revistas aparecen trivializadas, representan algo muy importante: la cultura de masas femenina. Una revista femenina no es una simple revista. La relación entre la lectora y su revista es tan diferente de la que existe entre un hombre y la suya que no pertenecen a una misma categoría. Un hombre que lee *Auto Trader* o *The Economist* recorre superficialmente una entre las innumerables perspectivas que ofrece una cultura general orientada hacia los hombres, que está en todas partes. La mujer que lee *Elle* sostiene entre sus dos manos una cultura de masas orientada hacia las mujeres.

Lo que las revistas dicen (o lo que ellas suponen que les dicen) las afecta profundamente, porque son la única ventana que tienen abierta a su propia sensibilidad de masas. La cultura general adopta un punto de vista masculino frente a lo que es noticia, de tal manera que la Copa del Mundo figura en primera página, mientras que un cambio en la legislación relativa a la infancia aparece enterrada en una página interior. También adopta el punto de vista masculino cuando dictamina quién vale la pena contemplar. En 50 años de portadas de la revista *Life* hay 522 fotografías de mujeres, de las cuales sólo 19 no eran modelos, actrices o «bellezas» anónimas (el trato dado a Eleanor Roosevelt es el típico para estas pocas mujeres: la mayoría de los periodistas que la entrevistan aluden a su famosa «fealdad»). Los diarios relegan las cuestiones femeninas a la «Página femenina». La programación de las noticias televisivas limita las «historias de mujeres» a las horas diurnas. Como contraste, las revistas femeninas son los únicos productos de la cultura popular que, al revés de lo que ocurre con las novelas románticas, cambian con la realidad de las mujeres, son en su mayoría escritas por mujeres, para mujeres y sobre problemas de mujeres, tomando en serio los temas que les interesan.

Las mujeres responden tan fuertemente a sus inconsistencias quizá porque reconocen en las contradicciones de las revistas las suyas propias. Su realidad económica es la de una mujer individual en letras de molde: reflejan la incómoda tregua en la cual las mujeres pagan

por un poco de espacio y de poder mediante la aceptación del mito de la belleza. *Las revistas femeninas mismas están sujetas a una versión textual del RBP*. Como sus lectoras, la revista debe pagar por su contenido en favor de la mujer, a menudo serio, y aceptar el precio de la reacción que propicia el mito. Debe hacerlo para tranquilizar a sus anunciantes, los que se sientan amenazados por los posibles efectos en la mentalidad femenina de una calidad excesiva en el periodismo dedicado a ella. La personalidad de las revistas queda dividida, exactamente como la de sus lectoras, entre el mito de la belleza y el feminismo.

¿Son las revistas triviales, degradantes y antifeministas? El mito de la belleza lo es; el *contenido editorial*, cuando puede escapar al mito, no lo es por ahora. Muchas mujeres interesadas en la cultura se sienten atraídas por esta corriente solitaria de conciencia masiva, sea como editoras, como lectoras o como autoras de artículos. Después del renacimiento del feminismo el contenido editorial de las revistas cambió para mejor, hasta ser hoy irreconocible. Hace veinte años las activistas que protestaban frente a las oficinas de la revista *Ladie's Home Journal* proponían una lista única de artículos. En lugar de «La cama de Zsa Zsa Gabor» sugerían «Cómo abortar», «Cómo y por qué se mantiene marginadas a las mujeres», «Cómo conseguir el divorcio», «Mejoras en las guarderías» y «Cómo afectan los detergentes a los ríos y arroyos». La iniciativa se materializó. Hoy reconocemos cada una de estas sugerencias extremistas en el contenido típico de la nueva ola de revistas femeninas.

Lo que rara vez se reconoce es que han popularizado las ideas feministas con una amplitud mucho mayor que la de ningún otro medio, ciertamente mucho más que las publicaciones explícitamente feministas. A través de estas páginas de papel satinado, las cuestiones relacionadas con el movimiento feminista salieron de las barricadas y descendieron de las torres de marfil académicas para volcar su aliento en la vida de las mujeres de la clase trabajadora, del medio rural y de las mujeres sin educación superior. Vistas bajo este enfoque, las revistas son unos potentes instrumentos para el cambio social.

El contenido feminista de estas publicaciones tiene un nivel que nunca habría cabido imaginar en el *Vogue* de Cecil Beaton o en la revista *Redbook* atacada por Betty Friedan. En ellas aparecen regularmente artículos sobre aborto, violación, mujeres golpeadas, expresión sexual personal e independencia económica. En realidad vemos en ellas la crítica del mito de la belleza con mucho más frecuencia que en otros medios: en *Glamour*, «Cómo hacer las paces con el cuerpo que tenemos»; en *She*, «Estar gorda no es un pecado»; en *Cosmopolitan*,

«¿Qué debemos hacer con la pornografía?»; y nuevamente en *Glamour*, «El atractivo de la mujer de verdad: abramos el camino a las actrices ingeniosas que conquistan a su hombre sin ser espléndidas... y cuyo atractivo sexual brota de su energía, su charla chispeante, su elegancia, más que de un cuerpo escultural o un bello rostro». Incluso los artículos sobre estados afectivos o relaciones personales, que muchas veces son ridiculizados, no resultan ridículos si consideramos la cohesión lograda en algunas comunidades mediante este «trabajo emocional casero» para el que se supone que las mujeres tienen una capacidad innata.

Cuando el énfasis cae sobre la parte «masiva» de su atractivo, su importancia política resulta más clara. Muchos libros y publicaciones han trasladado problemas del movimiento feminista a una minoría formada por mujeres educadas y de clase media. En cambio, la nueva hornada de revistas femeninas son las primeras mensajeras de la historia que se dirigen a la mayoría, a las mujeres que libran una lucha económica, para decirles que tienen derecho a comenzar por definirse a sí mismas. Señalan caminos para ganar poder: aprender artes marciales, jugar a la Bolsa, ocuparse de su salud. Las revistas publican relatos de escritoras, perfiles de mujeres de éxito y comentarios sobre la legislación relacionada con sus intereses. Aun considerando sólo el espacio que dedican a cubrir la experiencia política y cultural de las mujeres, la más superficial de las revistas femeninas tiene una fuerza mucho más importante para el progreso de las mujeres que la de la más prestigiosa publicación de carácter general.

Ofrecen además una original plataforma, a través de las cartas de lectoras las colaboraciones fijas u ocasionales, para el debate de mujer a mujer. El hecho de ser el único lugar en el que pueden enterarse de lo que ocurre en ese otro mundo -el de la realidad femenina reconocida tan fugazmente por las publicaciones «serias»- explica la intensa relación de amor-odio que despierta en las mujeres. En este aspecto, el papel que juegan puede considerarse muy serio. Para una cultura femenina de masas que responda al cambio histórico, éste es el único medio con que cuentan las mujeres.

No es sorprendente que a las mujeres les irrite que la presentación de sus revistas se ajuste a fórmulas repetitivas, y tampoco lo es que les moleste que estas revistas parezcan serviles frente a la humillante cláusula económica final que impone el mito de la belleza. Las revistas femeninas no provocarían reacciones tan emotivas si fuesen un mero entretenimiento escapista. Pero, ante la falta de un periodismo general que trate los problemas de la mujer con un tanto de la seriedad que

merecen, las revistas femeninas asumen una carga de importancia y de responsabilidad que de otro modo se dispersaría sobe la mitad de las publicaciones «serias» existentes en el mercado.

El hecho es que las revistas femeninas no se limitan a reflejar nuestro propio dilema -que se requiera la belleza para hacernos perdonar nuestro nuevo campo de acción y poder-, sino que además lo intensifican. Las mujeres pueden tener grandes dificultades para separar el contenido pro-mujer del relativo al mito de la belleza, cuyo objetivo es primordialmente económico.

Desgraciadamente, el mito de la belleza se extiende y se refuerza con los ciclos de odio hacia sí mismas provocados por la publicidad, las fotografías de moda y los temas de belleza de las revistas. Todo ello conforma un índice de belleza que las mujeres estudian con tanta ansiedad como los hombres estudian los informes de la Bolsa. Este índice promete revelarles qué despiertan más volubles atenciones. Es una promesa seductora en un ámbito en el que hombres y mujeres tienen rara vez ocasión de conversar sinceramente y en público sobre lo que cada uno de los sexos desea de verdad. Pero la Doncella de Hierro que ofrece el mito no es un patrón exacto de lo que desean los hombres, del mismo modo que las fotos de musculosos hombres no dicen toda la verdad sobre los gustos femeninos. Las revistas no son oráculos que hablen para los hombres. Efectivamente, según un estudio, «nuestros datos sugieren que las mujeres están mal informadas y exageran el grado de delgadez que gusta a los hombres... *están* mal informadas, probablemente como resultado de la promoción de la delgadez para las mujeres mediante la publicidad de la industria dietética». Lo que los editores están, en cierta medida, obligados a decir sobre lo que los *hombres* quieren de las mujeres es, en realidad, lo que los *anunciantes* quieren de ellas.

El mensaje de las revistas *sobre el mito* está determinado por los anunciantes. Pero la relación entre las lectoras y su revista no tiene lugar en un contexto que la estimule a analizar cómo influyen en este mensaje las necesidades del anunciante. Es una relación emotiva, confiada, defensiva y desigual: «el lazo que liga a las mujeres con *su* revista, el gran cordón umbilical, como algunos lo llaman, la confianza».

El mito aísla a las mujeres por generaciones y las revistas parecen ofrecer el consejo sabio probado por la experiencia, de una admirable parienta mayor. Hay pocos lugares más donde la mujer de hoy pueda hallar semejante modelo para su propio rol. Se la enseña a rechazar las enseñanzas de su madre sobre belleza, atuendo y seducción, puesto

que su madre ha fracasado: está envejeciendo. Si tiene la suerte de tener un mentor, en su trabajo, la relación será profesional y en ella no se enseña a desarrollar estas aptitudes tan personales. La voz de la revista ofrece a las mujeres una autoridad femenina invisible a la cual admirar y obedecer, paralela a la relación mentor-protegido que ayuda a formar a muchos hombres en su educación y en su empleo, pero que rara vez se proporciona a las mujeres en ninguna parte, salvo en las páginas satinadas de su revista.

La voz propicia esa confianza adoptando un tono de solidaridad con la lectora, de «estar de su parte» con un mayor saber hacer y con mayores recursos, semejante a un servicio social dirigido a mujeres. «Muchas compañías cosméticas están cerca para ayudarte.» «Sabemos cómo crear la diferencia. Deja que nuestros especialistas en belleza te guíen paso a paso.» Las revistas proporcionan servicios reales, mediante líneas de asistencia, sondeos de opinión entre las lectoras, instrumentos de información presupuestaria y financiera. Todo ello combinado hace que la revista parezca algo más que una revista: es como una mezcla de familia extendida, agencia, partido político y gremio. Parece más bien un grupo de intereses dedicado a los mejores intereses de las lectoras. «Una revista», afirma un editor, «es como un club. Su función es dar a su público un confortable sentido de comunidad y de orgullo por su propia identidad.»

Como la gente tiende a confiar en su club y como su voz es tan atractiva, es poco probable que las mujeres lean su revista con la mirada puesta en cómo la publicidad puede influir en el contenido. Dicho de otra manera, es frecuente que hagan una lectura incorrecta del conjunto -anuncios, temas de belleza, imágenes de modelos-, y los tomen como un mensaje coherente de los editores en el que le dicen «Debes ser así». El mal causado por estas revistas entre las mujeres tiene su origen en esta mala interpretación. En cambio, si las mujeres las leyeran contando con mayor información, podrán tomar lo placentero y rechazar lo doloroso, y las revistas, con diferentes patrocinadores, se harían la justicia que merecen por ofrecer el único periodismo de masas serio para mujeres que las mujeres pueden comprar.

Las mujeres responden al mito de la belleza de las revistas porque adornarse es una parte importante de la cultura femenina. Además hay pocos campos donde puedan participar tan ampliamente en dicha cultura. El mito no sólo aísla a las mujeres en generaciones sino que, además, al crear una hostilidad mutua basada en el aspecto físico, las aparta de todas aquellas a quienes no conocen o aprecian personalmente. Si bien tienen una red de amigas íntimas, el mito, y

hasta hace poco su condición, les ha impedido aprender algo que hace posible el cambio social en el medio masculino, es decir, cómo identificarse con otras mujeres de un modo que no sea personal.

No es posible aproximarse a una mujer desconocida. Antes de que abra la boca ya está bajo sospecha, porque es Otra Mujer. Los conceptos basados en la belleza enseñan a las mujeres a ser enemigas hasta verificar que son amigas. La mirada con que las mujeres que no se conocen suelen estudiarse lo dice todo: es una mirada de pies a cabeza, breve y recelosa, que abarca toda la imagen, pero deja afuera a la persona: zapatos, tono muscular, maquillaje, todo ello se anota con exactitud, pero los ojos no se miran directamente. Muchas mujeres sienten antipatía hacia otra que tenga demasiado buen aspecto, y se apartan si el aspecto es demasiado malo. Por este motivo rara vez se benefician de la experiencia que mantiene integrados los clubes y organizaciones de hombres: la solidaridad derivada de pertenecer a un grupo cuyos miembros pueden no tener amistad fuera de él, pero que están unidos por un interés, un programa o una visión del mundo. Irónicamente, el mito que separa a las mujeres también las ata mutuamente. Lamentarse sobre algo relacionado con el mito es tan eficaz como un bebé para establecer un agradable contacto entre mujeres que no se conocen y pueden romper la valla de la desconfianza de la Otra Mujer. Una sonrisa amarga respecto a las calorías, una queja sobre el pelo, pueden borrar el hosco examen de una rival bajo la luz fluorescente del lavabo de señoras. Por otra parte, se inculca en las mujeres el hábito de competir contra todas las demás por la «belleza», pero por otra parte, cuando una mujer, una novia, por ejemplo, o una compradora en una *boutique* necesita que la vistan para una gran ocasión, las otras mujeres se lanzan sobre ella generosamente, formando un equipo tan bien conjuntado como uno de fútbol. Este dulce y gratificante ritual de estar todas del mismo lado, y la celebración, por desgracia poco frecuente, de la feminidad compartida son también un lazo de unión que se quiebra cuando la mujer se reintegra al lugar público y reanuda su estatus de «belleza» aislada, mutuamente amenazadora y celosamente custodiada.

Las revistas femeninas sirven a ese delicioso sentido de solidaridad hoy en día tan raro. Desempolvan del armario esa ansia de charla que salva las barreras de los celos y el resentimiento. ¿Qué piensan en realidad las otras mujeres, qué sienten, qué experimentan, cuando logran escapar de la cultura de los hombres? Las revistas les proporcionan esa sensación electrizante, que pocas veces se brinda a las mujeres, aunque los hombres lo experimenten sin cesar, de estar conectadas, sin hostilidades, a un millón de seres del mismo sexo que piensan igual. A pesar de que la versión de las revistas queda bastante

diluida, las mujeres están privadas de esa sensación que resulta poderosa aun en esta concentración tan baja. Cada lectora, el ama de casa mormona en Arizona, la maestra de escuela en Lancashire, la artista conceptual en Sidney, la madre que recibe asistencia estatal en Detroit, la profesora de física de Londres, la prostituta en Bruselas, la estudiante *au pair* en Lyón; todas se sumergen en el mismo baño de imágenes. Todas pueden participar por este medio único en una cultura femenina mundial que, aunque inadecuada y en definitiva perjudicial, es todavía una de las pocas expresiones de alabanza de la sexualidad femenina en solidaridad que se permite a las mujeres.

Considerando todo esto, la Cara «Perfecta» se nos aparece bajo otra luz. Su poder no llega tan lejos sólo porque esa cara tenga algo especial, sino porque millones y millones de mujeres están contemplándola a la vez y la conocen. Un anuncio de Christian Dior mira desde un autobús a una abuela que bebe café con leche en un balcón de Madrid. Una versión en cartón de la misma imagen contempla a la estudiante adolescente en la farmacia local de un pueblo de Dorset. O resplandece en un bazar de Alejandría. La revista *Cosmopolitan* se vende en diecisiete países. Al comprar Clarins, las mujeres «se unen a millones de mujeres en todo el mundo». Los productos de la organización Weight Watchers ofrecen: «Amigas. Más amigas. Y aún más amigas».

Es la promesa de un movimiento de solidaridad, una Internacional. ¿Dónde más pueden las mujeres abrigar sentimientos positivos, o negativos, conectados a millones de otras en el mundo? Las imágenes de las revistas constituyen la única experiencia cultural femenina que puede comenzar a manifestarse ante la amplitud de la solidaridad posible entre las mujeres, solidaridad tan amplia como la mitad de la raza humana. Es una pobre visión del esperanto, pero a falta de un mejor lenguaje propio deben arreglárselas con uno que ha sido creado por los hombres e impulsado por el mercado y que, además, las perjudica.

Como gran parte de su mensaje se refiere al progreso de la mujer, el mito de la belleza tiene que acompañarlo y atemperarlo. Puesto que las revistas son tan serias, es imprescindible que al mismo tiempo sean frívolas. Puesto que ofrecen poder, deben promover también el sadomasoquismo. Cuando los editores dan un paso hacia adelante en nombre propio y en el de sus lectoras, deben dar uno hacia atrás por la senda del mito de la belleza en beneficio de sus patrocinadores.

Las firmas de anunciantes son los refinados censores de Occidente. Hacen muy difusa la línea entre la libertad editorial y las exigencias

del mercado. La revista puede ser considerada como un club, un gremio o una familia extendida, pero debe actuar como una empresa. Por ser quienes son sus patrocinadores, se realiza una selección tácita en el texto. No es una política consciente, no circula en memorandos eternos, no hay que pensar en el tema ni aludir a él. Está sobrentendido que ciertas líneas de pensamiento sobre la «belleza» pueden ahuyentar a los anunciantes, mientras que otras promocionan sus productos. Ante esta necesidad implícita de mantener los ingresos por publicidad si quieren seguir publicando, los editores *no pueden* abordar ciertos temas o someter a pruebas ciertos productos como si el mito no pagase las facturas. Los beneficios de una revista no provienen de su precio de venta, y por lo tanto su contenido no puede alejarse demasiado de la mercancía de sus patrocinadores. En *Inside Women's Magazines*, Janice Winship afirma que «la necesidad de poner a las lectoras bajo el yugo de lo que venden las firmas patrocinadoras implica una presión interminable».

Las revistas femeninas no son las únicas publicaciones sometidas a este tipo de obligación editorial. Al contrario, está aumentando en todo los ámbitos, hasta el punto de que todos los medios dependen cada vez más del mito. La presión se advierte ahora en los periódicos y en las revistas de información general. «Los directores de revistas tienen cada vez más dificultades para mantener su virginidad», declara el director del *Christian Science Monitor*. Louis Lapham, director de *Harper's*, dice que los editores de Nueva York aluden a «la fragilidad de la palabra» y «recomiendan discreción al encarar temas que puedan causar alarma a quienes pagan por grandes espacios publicitarios». «La prensa estadounidense es y siempre ha sido una prensa propagandística cuyas páginas editoriales, con su enfoque particular, ofrecen los mismos argumentos que el material publicitario comercial», añade. Según *Time* los directores deben buscar publicidad para ese mercado y presionar para que el contenido informativo también adopte esta política. «Hoy, si se produjese un caso Watergate, sería necesario consultar al departamento de mercado antes de publicar la historia», comenta otro editor. La *Columbia Journalism Review* cita a otro editor: «Las revistas son artículos de consumo que están para ser vendidas, y actualmente la competencia es feroz». Admite que, por su parte, también depende muchísimo de la publicidad sobre la moda. «Antes había una cortina de seda que separaba la publicidad de nuestro contenido editorial, pero hoy ya no ocurre lo mismo.»

Desde hace años, algunos editores se han apartado de sus propias posiciones para atraer a posibles patrocinadores, creado lo que los anunciantes consideran una atmósfera editorial favorable. Al fin y al

cabo, es posible que queden pocos medios que se consideren totalmente libres para investigar el mito de la belleza sin preocuparse por sus repercusiones comerciales.

El ambiente está invadido por más versiones de la Doncella de Hierro que nunca, a causa de los recientes cambios en la organización de los medios que implican una intensificación de la competencia visual. En 1988, el telespectador medio vio un 14% más de publicidad que dos años antes, es decir, 650 mensajes a la semana como parte de un total de 1.000 al día. La industria califica esta situación como «confusión del telespectador»: sólo se recuerda 1,2 de los 650 mensajes, menos que el 1,7 de 1983. El *Boston Globe* afirma que la actividad publicitaria vive en «un pánico creciente».

Por ello las imágenes de la mujer y de la «belleza» se vuelven más extremas. Como declara un ejecutivo de la publicidad, «hay que forzar la nota un poco más... sacudir a la gente, impresionar, romper». «Ahora que la competencia es más encarnizada, hay una clientela mucho más violenta» («clientela violenta» en el argot *gay* masculino, designa a una pareja heterosexual sádica). «Hoy el mundo de los negocios aspira más desesperadamente aún a seducir... Quiere derribar la resistencia». La violación es la metáfora actual de la publicidad.

Además, el cine, la televisión y las revistas están siendo presionados para competir con la pornografía, que en este momento es la categoría de mayor peso entre los medios de comunicación. En todo el mundo la pornografía genera unos 7.000 millones de dólares anuales, más que la industria del cine legítimo y la de la música juntas. El número de películas pornográficas supera el de otras en una proporción de tres a uno, con ganancias de 365 millones al año en los Estados Unidos, es decir, un millón diario. Las revistas pornográficas británicas venden 20 millones de ejemplares al año, a 2 ó 3 libras por ejemplar, con ganancias brutas de 500 millones de libras anuales. La pornografía sueca vende por un valor de 300 a 400 millones de coronas al año. En Suecia, un *sex-shop* vende 500 títulos y cualquier quiosco en la calle, de 20 a 30. En 1981, 500.000 suecos compraron revistas pornográficas todas las semanas. En 1983, una de cada cuatro cintas de vídeo alquiladas en Suecia era pornográfica, y en 1985 los distribuidores más importantes vendieron 13,6 millones de revistas pornográficas en los quioscos. Dieciocho millones de hombres en los Estados Unidos compran mensualmente un total de 165 revistas pornográficas diferentes, generando unos 500 millones de beneficios anuales. Un ciudadano estadounidense de cada 10 lee *Playboy*, *Penthouse* o *Hustler* todos los meses. *Playboy* y *Penthouse* son las revistas más populares en

Canadá. Los italianos gastan 600.000 millones de liras anuales en pornografía, siendo los vídeos pornográficos entre un 30 y 50% de las ventas totales de cintas de vídeo. En todo el mundo, según revelan los estudios, la pornografía se vuelve cada vez más violenta. (El director de cine Hersel Gordon Lewis, dijo: «He mutilado a las mujeres en mis películas porque me pareció que tendrían mucho más éxito en taquilla».)

Para elevar aún más el grado de presión, esta competencia de la imagen se produce en medio de una falta de regulación mundial de las ondas. Convenientemente, el mito se exporta de oeste a este y de los ricos a los pobres. Las programaciones de los Estados Unidos inundan Europa y los programas del Primer Mundo invaden el Tercero: en Bélgica, Holanda y Francia, el 30% del material televisado tiene origen estadounidense y alrededor del 71% de los programas en los países en vías de desarrollo es importado del mundo rico. En la India la propiedad de canales televisivos se duplicó en cinco años y las firmas comerciales patrocinan programas desde 1984. Hasta hace una década, la mayor parte de la televisión europea era estatal, pero la privatización, el cable y el satélite han modificado esta situación, de modo que hacia 1995 podría haber 120 canales, todos, salvo unos pocos, financiados por la publicidad, con unos ingresos que se calcula que aumentarán desde los 9.000 millones a los 25.000 millones en el año 2000.

Los Estados Unidos no son una excepción. «Las cadenas de televisión están muertas de miedo.» En diez años (1979-1989) han perdido el 16% de su mercado, en beneficio del cable, las emisoras independientes y el vídeo: «el resultado es una guerra relámpago».

Con la *glasnost* se importó el mito detrás del Telón de Acero, tanto para contener el posible renacimiento del feminismo, como para estimular el consumo en lugares donde casi no hay nada, «La *glasnost* y la *perestroika*», dice Natalia Zacharova, una socióloga soviética, «traerán, muy probablemente, a las mujeres soviéticas unas libertades contradictorias. El atractivo sexual será una de ellas...». Su comentario fue un pronóstico acertado. *Reform*, el primer diario de formato pequeño de Hungría, de nombre revelador y que lee uno de cada diez húngaros, presenta a una modelo desnuda de cintura para arriba o para abajo en cada página. *Playboy* saludó a la soviética Natalya Negoda como la «primera estrella soviética del sexo» (*Newsweek*: «La *glasnost* se divierte»). La China nacionalista participó en el concurso de Miss Universo en 1988, el mismo en que se celebró la primera elección de Miss Mosca, siguiendo el ejemplo de Cuba y Bulgaria. En 1990 comenzó el envío de ejemplares viejos de *Playboy* y de revistas

de belleza femeninas al bloque soviético (aquí será posible observar el desarrollo del mito *in utero*). Tatiana Mamanova, una feminista soviética, al responder a una pregunta sobre la diferencia ente Occidente y Rusia, replicó: «La pornografía... está en todas partes, incluso en los carteles publicitarios... es un tipo diferente de agresión. Y a mí eso no me parece libertad».

Censura

En el Occidente libre, hay muchas cosas que las revistas femeninas no pueden decir. En 1956 tuvo lugar el primer *arreglo*, cuando una asociación de fabricantes de nylon contrató un espacio de 12.000 dólares en *Woman* y el editor convino en no publicar nada en ese número que destacase las fibras naturales, «Estos silencios», escribe Janice Winship en *Inside Women's Magazines*, «conscientes o no, iban a convertirse en algo habitual».

Nosotras hemos heredado estos silencios que inhiben nuestra libertad de palabra. Cuando la revista feminista *Ms* debió aceptar un anuncio sexista de pantys, todo lo que pudo hacer frente a un diluvio de cartas indignadas fue publicarlas. A la revista *Honey* se le retiraron anuncios por un valor de 35.000 dólares al días siguiente de haber citado las palabras de la directora, Caron Sraler, manifestando que le costaba mucho mostrar a mujeres con aspecto inteligente cuando aparecen cubiertas de maquillaje. A una editora de una revista neoyorquina se le dijo que por razones económicas debía poner en la portada a una modelo en lugar de a una *interesante* mujer sobre la que se incluía un artículo. Gloria Steinem recuerda las dificultades de tratar de publicar una revista que fuese más allá del mito de la belleza:

> no teníamos la intención de reproducir las tradicionales secciones diseñadas en torno a las categorías «femeninas» de la publicidad, es decir, recetas para reforzar la publicidad de marcas alimenticias, artículos sobre belleza que mencionasen determinados productos, etcétera. Sabíamos, por tanto, que sería muy duro desde el punto de vista económico. (Afortunadamente no sabíamos *hasta que punto sería duro*.) Captar publicidad de automóviles, equipos de sonido, cerveza y otros artículos no dirigidos especialmente a la mujer continúa siendo más fácil que convencer a anunciantes de que las mujeres miran los anuncios de champú sin necesidad de que haya un artículo sobre cómo lavarse el pelo, así como los hombres miran los anuncios de cremas para afeitarse sin leer un artículo sobre cómo afeitarse.

Como dijo, en tono fatigado, en una entrevista publicada más tarde en *New Woman*, «los anunciantes no creen que las mujeres podemos formar opinión». Según Steinem, «son los anunciantes quienes deben cambiar». Cree, en efecto, que cambiarán, aunque quizá ella «no llegue a verlo». También las mujeres necesitan cambiar. Sólo cuando logren liberarse de su sumisión al mito de la belleza y se opongan a oír una vez más instrucciones sobre «cómo lavarse el pelo»

convencerán a los anunciantes de que las revistas femeninas tienen tanto derecho a la libertad de expresión como las masculinas.

Hay otra clase de censura más directa. Las revistas femeninas transmiten «información» sobre productos de belleza en un medio de intensa autocensura. Cuando leemos artículos sobre cremas de belleza y ungüentos mágicos, no estamos frente a un ejemplo de libertad de expresión. Las redactoras de belleza no pueden decir toda la verdad sobre los productos de sus patrocinadores. Un artículo de *Harper's Bazaar* es típico ejemplo de las inhibiciones en los informes al consumidor. En «Cada día más joven» se solicitaron opiniones sobre diversas cremas contra el envejecimiento exclusivamente a los presidentes de diez compañías de cosméticos. Los productores de cosméticos y de artículos de tocador gastan proporcionalmente más en publicidad que ninguna otra industria. Cuanto más próspera es esta industria, más sufren los derechos de las consumidoras y los derechos civiles de las mujeres. Las acciones de cosméticos aumentan en un 15% anualmente, y los artículos sobre temas de belleza no son otra cosa que publicidad. «Las redactoras de belleza», escribe Peggy Chorlton en *Cover-Up*, «rara vez tienen libertad para hablar de cosméticos», porque los anunciantes insisten en la promoción editorial como condición para incluir su publicidad. La mujer que compra un producto por consejo de un artículo sobre belleza está pagando por el privilegio de que se le mienta desde dos fuentes de información.

Hay otra forma de censura destinada a reforzar el mercado. Dalma Heyn, editora de dos revistas femeninas, confirma que borrar la edad de la cara de las mujeres es un procedimiento de rutina. Las revistas femeninas «ignoran a las mujeres maduras o fingen que no existen. Tratan de evitar fotografía de este grupo, y cuando hacen aparecer a mujeres famosas de más de sesenta años, los "artistas del retoque" conspiran en la tarea de "ayudar" a las mujeres hermosas a serlo más aún, es decir, a aparentar menos edad».

La censura de este tipo se extiende más allá de las revistas femeninas y alcanza a cualquier imagen de una mujer mayor. Bob Ciano, en una época director artístico de la revista *Life*, dice que «nunca se deja sin retocar una fotografía de mujer... aunque se trate de una mujer muy conocida (y mayor) que no desea que la retoquen... seguimos empeñados en tratar de hacerle aparentar no más de cincuenta años». Para Heyn resulta claro el efecto de esta censura sobre un tercio del ciclo de la vida de la mujer. «Hoy en día los lectores no tienen la menor idea de cómo es el rostro de una mujer de 60 años en una foto impresa porque se le da el aspecto de tener 45. Los lectores de 60 años que no tienen ese aspecto se miran al espejo y creen que parecen

demasiado viejos, porque se comparan con alguna cara sonriente que los contempla desde la página de una revista». A menudo se afina los cuerpos de las modelos recortándolos con tijeras. La cultura femenina es un medio adulterado e inhibido. ¿Qué papel tienen aquí los valores de Occidente, que detesta la censura y cree en el libre intercambio de ideas?

No es una cuestión trivial. Tiene que ver con la más fundamental de las libertades, la de imaginar el propio futuro y sentir orgullo de la propia vida. Barrer la edad del rostro de las mujeres tiene la misma resonancia política que se dejaría oír si todas las imágenes positivas de los negros apareciesen habitualmente aclaradas. Ello implicaría hacer el mismo juicio de valores sobre la negritud que esta falsificación hace sobre el valor de la vida de una mujer: que menos es más. Borrar la edad de un rostro de mujer es borrar su identidad, su poder y su historia.

Sin embargo, los editores deben seguir la fórmula que da resultados. No pueden correr riesgos al ofrecer lo que muchas lectoras afirman desear: imágenes que las incluyan, artículos que no se dirijan a ellas en tono superior datos fiables para los consumidores. Los editores creen que es imposible, porque hasta ahora las lectoras no buscan estos objetivos con la suficiente intensidad.

Imaginemos una revista femenina que presentase en términos positivos a modelos rollizas, bajas, viejas o bien a ninguna modelo, sino mujeres anónimas, individuales. Digamos que tuviese la política de evitar la crueldad hacia las mujeres, del mismo modo que, actualmente, hay quien patrocina productos que no implican crueldad hacia los animales. Digamos que omitiese las dietas extremas, los *mantras* para alcanzar el odio hacia una misma y los artículos de propaganda en favor de la profesión dedicada a cortar el cuerpo de mujeres sanas. Digamos que publicase artículos que alaban la magnificencia de la edad visible, desplegase fotografías y artículos afectuosos sobre el cuerpo de mujeres de todas las formas y proporciones, analizase con tierna curiosidad los cambios de ese cuerpo después de la maternidad y la lactancia, presentase recetas que no generen castigo ni culpabilidad y ofreciese imágenes seductoras de hombres.

Se metería en un atolladero y perdería la gran masa de sus anunciantes. Convenientemente o no, las revistas deben reflejar la actitud de que mostrar la verdadera edad es malo, porque 650 millones de dólares de ingresos provienen de gente que perdería su negocio si la edad ostensible tuviese una buena imagen. Necesitan,

conscientemente o no, promover, en la mujer, el odio suficiente hacia su propio cuerpo como para pasar hambre, un hambre beneficiosa, ya que gran parte de la publicidad depende de que la mujer se ponga a dieta. La publicidad que crea la cultura de masas femenina y la hace posible se basa en que las mujeres se sientan lo bastante mal frente a su cara y su cuerpo como para estar dispuestas a gastar mucho dinero en productos sin valor o que provocan sufrimientos, mucho más dinero del que gastarían si se sintiesen innatamente bellas.

El hecho más significativo es que se metería en un atolladero porque las mujeres están tan adoctrinadas en el mito de la belleza que lo interiorizan: las mujeres mismas no están muy seguras de que puedan ser interesantes sin «belleza». Tampoco lo están de que las cuestiones que las conciernen como mujeres las involucren lo suficiente como para gastar sumas importantes en leer sobe el tema cuando la belleza no es uno de los ingredientes del conjunto.

Como el odio hacia sí mismas provoca la inflación artificial de la demanda y de los precios, el mensaje general que las revistas envían a las mujeres debe mantenerse intacto, mientras esté intacta la reacción antifeminista, y ser negativo en lugar de positivo. De aquí el tono admonitorio que ningún otro tipo de revista osaría emplear para dirigirse a unos adultos con dinero en el bolsillo. Verbos en imperativo que reprenden, insinúan y condescienden. Un tono semejante en una revista para hombres, por ejemplo, «Sí, invierta en bonos no imponibles» o «No, no vote por los conservadores» es algo impensable. Como los anunciantes dependen de una conducta de las mujeres como consumidoras que sólo puede obtenerse mediante las amenazas y la coacción, las amenazas y la coacción representan un peso significativo en el contenido editorial de las revistas femeninas que, en otros aspectos es muy valioso.

Las mujeres ven la Cara y el Cuerpo por todas partes, no porque la cultura manifieste mágicamente una transparente fantasía de los hombres, sino porque las firmas cosméticas necesitan vender sus productos en medio de un bombardeo donde «todo vale». Además, por motivos políticos y no sexuales, ambos sexos prestan hoy atención a las imágenes de la Cara y el Cuerpo. Ello significa que en la intensificada competencia que se avecina, a menos que se produzca una fuerte concienciación -ya que las revistas no pueden hacerse más interesantes hasta que las mujeres no crean serlo más ellas mismas-, es inevitable que el mito llegue a ser muchísimo más poderoso que hoy.

Por último, cuanto más guíen las revistas a sus lectoras por un camino intelectual positivo, más las conducirán por la ruta llena de sinsabores

de su adicción a la belleza. A medida que las experiencias que jalonan este camino resultan cada vez más extremas, más se intensificará este sentimiento perturbador de que su cultura sufre de una personalidad dividida que trata de llegar a ellas a través de un engaño seductor, embarazoso, desafiante y cargado de culpa que aparece entre dos deslumbrantes tapas de papel satinado.

IV. Religión

Los ritos de la belleza

Las revistas transmiten el mito como el evangelio de una nueva religión. Al leerlas, las mujeres participan en la nueva versión de un sistema de creencias tan poderoso como el de cualquiera de las iglesias que tan rápidamente han perdido el control sobre ellas.

La Iglesia de la Belleza es, como la Doncella de Hierro, un símbolo doble. Las mujeres lo han abrazado con entusiasmo desde abajo, como medio de llenar el vacío espiritual que ha ido creciendo a medida que su relación tradicional con la autoridad religiosa se iba erosionando. El orden social lo impone también con fuerza para suplantar a la autoridad religiosa como fuerza policial sobre la vida de las mujeres.

Los Ritos de la Belleza contrarrestan la nueva libertad de la mujer combatiendo su incorporación al mundo secular público con una superstición de tipo medieval y manteniendo unas desigualdades de poder mucho mayores de lo que habían sido en otras circunstancias. Al tiempo que inician una lucha con este mundo que avanza hacia un nuevo milenio, las mujeres reciben la carga de un potente sistema de creencias que mantiene aparte su conciencia prisionera en unas formas de pensamiento que los hombres abandonaron ya con el fin del oscurantismo. Si una parte de la conciencia colectiva abraza un sistema de creencias medieval, mientras que la otra parte es totalmente moderna, el mundo contemporáneo y su poder pertenecerán a la segunda. Los Ritos son arcaicos y primitivos con la finalidad de que parte del núcleo de la conciencia femenina se mantenga también arcaica y primitiva.

Muchos hombres abrigan también sentimientos reverentes hacia esta religión de las mujeres. El sistema de castas basado en la «belleza» suele ser muy defendido como si brotase de una verdad eterna. Hay quienes lo aceptan así y, en cambio, no muestran el mismo tipo de fe categórica en relación a otro aspecto del mundo. En el siglo actual, la mayoría de las esferas del pensamiento se ha transformado sobe la base de que la verdad es relativa y las percepciones subjetivas. Pero la legitimidad y permanencia del sistema de castas de la belleza se dan por supuestas incluso entre estudiosos de la física cuántica, de etnología y de derechos civiles, o entre gente que es atea, gente que ve con escepticismo las noticias de la televisión, gente que no cree que la Tierra se haya creado en siete días. Es algo en lo que la gente cree con una total falta de espíritu crítico, como si fuese un artículo de fe.

El escepticismo de la era moderna se evapora cuando el tema es la

belleza femenina. Se habla de ella, hoy más que nunca, como si no estuviese determinada por hombres mortales, ni moldeada por la política, la historia y el merado, sino como si existiese una autoridad divina en las alturas que dicta definiciones inmortales sobre qué es lo que hace que una mujer sea bella o no.

Se contempla esta verdad como antes se contemplaba a Dios, en la cima de una cadena de mandos cuya autoridad se va escalonando hasta llegar a sus representantes en la Tierra: organizadores de concursos de belleza, fotógrafos y, finalmente, el hombre de la calle. Hasta él, el último eslabón, tienen algo de esa autoridad divina sobre las mujeres, tal como la tenía el Adán de Milton sobre Eva: «Él para Dios, y ella para Dios en él». El derecho del hombre a pronunciar juicios de valor sobre la belleza de cualquier mujer está fuera de toda duda, puesto que se lo ha concedido Dios; y este derecho se ha convertido en algo tan terriblemente importante para la cultura masculina porque es el último de los derechos incuestionables que les queda a los hombres de sus muchos privilegios tradicionales, aquellos que, según la creencia universal, otorgaba Dios, la naturaleza u otra autoridad absoluta a todos los hombres para ejercerlos sobre todas las mujeres.

Varios autores han destacado las semejanzas entre los rituales de la belleza y los religiosos. La historiadora Joan Jacobs Brumberg observa que ya en los primeros libros sobre dietas adelgazantes el lenguaje «estaba plagado de alusiones a ideas religiosas sobre la tentación y el pecado» y «recordaba a las luchas calvinistas». Otra historiadora, Roberta Pollack Seid, señala la influencia del evangelismo cristiano sobre la «cruzada por la pérdida de peso» en «el aumento espectacular de grupos y libros de adelgazamiento de inspiración evangélica» (Sistema Jesús para el control del peso, Respuesta de Dios a la obesidad: ¡Piérdela!, Reza para hacer desaparecer tu peso, Más de Jesús y menos de mí, y Ayúdame Señor: ¡el diablo me desea gorda!). «Nuestra nueva religión», dice al referirse a la histeria del peso, «no ofrece salvación, excepto un interminable ciclo de pecado y de precaria redención».

Lo que aún no se ha reconocido es hasta qué punto los rituales reaccionarios de la belleza no se limitan a remedar la religión tradicional, sino que la *suplantan funcionalmente*. La reconstituyen, literalmente, haciendo de las antiguas creencias una nueva, con el fin de incidir en la mente femenina de una manera radical como cualquier ola evangélica del pasado.

Los Ritos de la Belleza son una embriagadora combinación de diversos

cultos y religiones. Si hablamos de religiones, ésta es más vital y responde más a las cambiantes necesidades espirituales de su congregación. Reúne trocitos y piezas de varios sistemas de creencias, y cuando dejan de servir, los desecha. Como el propio mito de la belleza, la estructura de esta religión se va transformando con el fin de contrarrestar los diversos desafíos que le plantea la autonomía femenina.

Su imaginería y su método imitan crudamente el catolicismo medieval. El dominio que exige sobre las mujeres es de un absolutismo papal. Su influencia sobre la mujer de hoy, como la de la Iglesia medieval en toda la cristiandad, va mucho más lejos del alma individual, formando la filosofía, la política, la sexualidad y la economía de nuestra época. La Iglesia daba forma y significado no sólo a la vida devota, sino también a todos los acontecimientos de la comunidad, sin permitir división alguna entre lo secular y lo religioso. Hoy los ritos llenan cada día de la mujer moderna con la misma profundidad. Como la Iglesia medieval, se supone que los ritos se basan en un credo tan palpable como la Roca del Vaticano, que existe una cosa llamada belleza, que es sagrada y que las mujeres deben aspirar a alcanzarla. Ambas instituciones son ricas, porque viven de sus diezmos, y ninguna de las dos perdona a los descarriados impenitentes ni a los herejes. Los miembros de ambas aprenden su catecismo desde la cuna. Ambas requieren una fe ciega en sus practicantes y de ello depende su existencia.

Encima de la raíz de este catolicismo «medieval», los Ritos han acumulado varios elementos más recientes: un luteranismo según el cual las modelos son las elegidas y el resto de nosotras las condenadas; una adaptación episcopaliana a las demandas del consumismo, por tanto las mujeres pueden aspirar al cielo a través de buenas y lucrativas obras; un judaísmo ortodoxo, con sus obligaciones de pureza y una minuciosa y prolija exégesis de centenares de leyes con comentarios sobre qué hay que comer, qué hay que vestir, qué hay que hacerle al cuerpo y cuándo y, por último, un plato fuerte inspirado en la ceremonia de muerte y resurrección de los misterios de Eleusis. Sobre este conjunto de elementos se aplican duras técnicas de adoctrinamiento, copiadas de los cultos modernos. Esta descarada manipulación psicológica contribuye a ganar conversos en una época poco inclinada a las profesiones de fe espontáneas.

Los ritos cumplen perfectamente su misión de aislar a las mujeres, porque no se reconoce abiertamente que sus devotas están atrapadas en algo mucho más serio que una simple moda y más generalizado en la sociedad que una mera distorsión privada de la imagen individual.

Hasta ahora no se han descrito los Ritos según lo que realmente representan: un nuevo fundamentalismo que transforma el Occidente laico, y que es mucho más represivo y doctrinario que cualquiera de sus equivalentes en Oriente. Al mismo tiempo que las mujeres luchan por una hipermodernidad en la que se las ha admitido hace pocos años, hay otra fuerza, que es, de hecho, una hipnosis de masas enfocada hacia una visión medieval del mundo, que está aplastándolas con todo su peso. Entretanto, tampoco se habla de la gran catedral bajo cuya sombra deben vivir. Si algunas mujeres aluden a ella, con cierto aire avergonzado y en voz muy baja, lo hacen solamente para describir una alucinación que todas pueden percibir, en lugar de una realidad concreta que nadie reconoce.

Los Ritos se apoderaron de la mente femenina embarcada en su movimiento de reivindicación porque nada atemoriza tanto a la opresión como el vacío. Así han devuelto a las mujeres lo que habían perdido con la muerte de Dios en Occidente. El cambio en las costumbres sexuales aflojó las trabas religiosas sobre la conducta sexual de las mujeres. El notable descenso de asistencia a la Iglesia registrado en la posguerra y la desintegración de la familia tradicional disminuyeron la capacidad de la religión para dictar una moral femenina. El peligroso vacío momentáneo de la autoridad religiosa presentaba un riesgo implícito: que las mujeres llegasen a conferir esta autoridad a su tradición conciliatoria y comunitaria, esa tradición que Carol Gilligan investiga en su obra *In a Different Voice*. Esta recuperación de la autoridad moral podría conducir a que las mujeres efectuasen cambios permanentes y desarrollasen una fe capaz de calificar esos cambios con la voluntad de Dios. La compasión podría sustituir la jerarquización; el respeto tradicional de las mujeres por la vida humana podría perjudicar severamente a una economía basada en el militarismo y en un mercado laboral que depende del uso de la gente como recurso agotable. Podrían además dar un nuevo papel a la sexualidad humana, subrayando el carácter sagrado del cuerpo en lugar del de fuente de pecado. La antigua pero útil creencia que equipara la feminidad con la impureza podría, en fin, volverse un concepto obsoleto. Para prevenir tales «peligros», los Ritos asumieron la tarea que la autoridad religiosa tradicional no podía ya cumplir con credibilidad. Al crear en las mujeres una fuerza policial interna, la nueva religión suele obtener mejores resultados que las antiguas en la empresa de mantener a las mujeres al orden.

La nueva religión se propagó rápidamente, aprovechando el sentimiento temporal de haber perdido toda meta moral, mediante una nueva versión en términos físicos de los antiguos roles sociales, según los cuales las «mujeres buenas» eran las castas y abnegadas

madres, hijas y esposas. También otras misiones, como la defensa de la propiedad y la diferencia entre «decente» e «indecente», se reconstruyeron ritualmente. A medida que la sociedad en su conjunto se deshacía de las ataduras de la moral religiosa tradicional, el viejo código moral, ahora con menor alcance, más restringido que nunca, pero sin cambios en su aspecto funcional, se ajustaba y ceñía al cuerpo de las mujeres.

Por su parte, ellas acogían con beneplácito esta tranquilizadora limitación en varios niveles. Las nuevas religiones se extienden con el caos social, y las mujeres elaboran las reglas en un mundo que ha destruido las viejas verdades. Esta religión les devolvió el sentido de importancia social, de unión con otras mujeres, y de una estructura moral que les devolvía la sensación de seguridad perdida con la anterior religión. El dominio público competitivo premia la amoralidad y la mujer debe adaptarse para alcanzar el éxito. Los Ritos, en cambio, proporcionan a la mujer trabajadora un medio para trasladar un orden moral inofensivo y privado a un rol en el cual demasiados escrúpulos anticuados pueden malograr su carrera. Como mujeres profesionales se sienten aisladas, pero como seguidoras de un culto comparten un confortable vínculo.

La sociedad, en general, ha dejado de atribuir importancia a la virginidad o a la castidad marital, no les exigen que confiesen sus pecados, ni que mantengan una cocina escrupulosamente ajustada al precepto *kosher*. En el intervalo consecutivo al derrumbe del pedestal en que estaba la mujer «buena», pero antes de que hubiese obtenido acceso al auténtico poder y a la autoridad, la mujer se encontraba privada del contexto anterior en el que gozaba, por lo menos, de los atributos exteriores e importancia y aprobación. Las mujeres devotas recibían la calificación de «buenas» (si bien sólo mientras fuesen devotas). Por el contrario, en la época de laicización paralela al movimiento femenino, pese a haber dejado de oír cada domingo que estaban condenadas, rara vez oían que eran «santas». Mientas María había sido «bendita entre todas las mujeres», y la Mujer Judía de Valor oía que «su precio estaba más allá de los rubíes», lo único que puede aspirar a oír la mujer de hoy es que está divina.

Los Ritos también seducen a las mujeres porque satisfacen sus deseos de colorido y poesía. Cuando se abren camino a través de un espacio público masculino que suele ser prosaico y sin emoción, los sacramentos de la belleza relucen más que nunca. Como las mujeres deben repartir su tiempo entre sus innumerables obligaciones, los productos rituales dan un pretexto para reservarse algo de tiempo para ellas mismas. En el mejor de los casos les devuelven un sabor de

misterio y sensualidad que les compensa las horas diarias bajo la cruda luz del lugar de trabajo.

Las mujeres estaban preparadas para acoger los Ritos por su relación histórica con la Iglesia. Desde la Revolución Industrial, «la esfera separada» a la que se las relegaba atribuía específicamente la piedad a la condición femenina. A su vez, esto justificaba la exclusión de la mujer de la vida pública. Dado que recibían el nombre de «el sexo puro» se las podía obligar a permanecer fuera de la lucha diaria, en esa preocupación por mantener su pureza. Del mismo modo hoy se llama a las mujeres el «bello sexo», lo cual las relega a una preocupación similar por proteger esa belleza.

La feminización postindustrial de la religión no les confirió, sin embargo, autoridad religiosa. «Los puritanos adoraban a un Dios patriarcal, pero... las mujeres superaban en número a los hombres en las iglesias de Nueva Inglaterra», escribe la historiadora Nancy Cott en The Bonus of Womanhood: *Woman*'s Sphere in New England, 1780-1835, señalando que, mientras esta mayoría femenina aumentó durante todo el siglo XIX, la jerarquía de la Iglesia se mantuvo «estrictamente masculina». La feminización de la religión se intensificó a la par que la laicización del mundo masculino. «Cualquiera que fuese la expansión experimentada por el protestantismo en los Estados Unidos después de la Guerra Civil, fue una expansión movida por las mujeres más que por los hombres», corrobora igualmente Joan Jacobs Brumberg. No se aceptó a la mujer en el sacerdocio ni en el rabinato hasta la generación actual. Con anterioridad, la formación de la mujer la llevaba a aceptar sin cuestionamientos la interpretación masculina de lo que Dios desea que hagan las mujeres. Desde la Revolución Industrial sus roles han implicado no sólo la obediencia religiosa, sino además su humilde apoyo a las actividades de la Iglesia, incluido, dice Ann Douglas en *The Feminization of American Culture* , el apoyo a los cultos de la personalidad del sacerdote o pastor del momento. En resumen, las mujeres tienen una historia muy breve en la participación en la autoridad religiosa, y es muy larga, en cambio, la de su sometimiento a ella. Aunque rara vez manejaron sus ganancias, a menudo dieron sin discutir sus modestas contribuciones de viudas.

La piedad victoriana servía para la misma doble necesidad de los Ritos. Desde el punto de vista de la sociedad, canalizaba la energía femenina de la clase media educada de una manera inofensiva, incluso útil, al tiempo que la alejaba de la rebelión; también daba un significado a la vida económicamente improductiva de tales mujeres. La economista británica Harriet Martineau observó en las mujeres estadounidenses de clase media que «se dedicaban a la religión como

si fuera su oficio», porque se les impedía aplicar toda la gama de sus aptitudes morales, intelectuales y físicas a otras actividades. Nancy Cott escribe que «la morfología de la conversión religiosa reflejaba la esperada resignación y sumisión de las mujeres, a la vez que les confería la enorme y satisfactoria seguridad de los conversos». Hoy se hace necesario un recurso con el mismo poder de seducción.

El prejuicio antifeminista de la tradición judeo-cristiana dejó un campo propicio para el desarrollo de la nueva religión. Su misantropía significaba que, mucho más que los hombres, las mujeres debían evitar el pensamiento crítico si aspiraban a ser creyentes. Al premiar su pecado y la culpa sexual, y al ofrecerles la redención sólo mediante la sumisión a un hombre, dejó en manos de la nueva religión una herencia de credulidad femenina.

¿En qué consiste exactamente esta nueva fe en la que se adoctrina a las mujeres?

Estructura de la nueva religión

Creación

La historia judeo-cristiana de la creación representa el núcleo de la nueva religión. A causa de los tres versículos del Génesis (2:21-3) que comienzan: «Y el Señor Dios hizo que un profundo sueño cayese sobre Adán, quien durmió. Y Dios tomó una de sus costillas...», les toca a las mujeres formar la población de creyentes a quienes manipulan los Ritos. Las mujeres de Occidente captan de estos versículos la sensación de que sus cuerpos son de segunda categoría, una ocurrencia de última hora: si bien Dios hizo a Adán de arcilla, a Su propia imagen y semejanza, Eva es una costilla de más. Dios insufló vida directamente en las fosas nasales de Adán, dando así divinidad a su cuerpo. En cambio, el cuerpo de Eva está doblemente alejado de la mano del Hacedor y es materia imperfecta nacida de la materia.

El libro del Génesis explica por qué son las mujeres quienes necesitan con frecuencia ofrecer su cuerpo a cualquier mirada masculina que les dé legitimidad. Hoy la «belleza» da a sus cuerpos esa legitimidad que les negó Dios. Las mujeres no creen ser bellas hasta que logran el sello de aprobación oficial que poseen los hombres en nuestra cultura, simplemente porque la Biblia dice que se asemejan a su Padre. Es necesario comprar o bien ganar este sello frente a una autoridad masculina, alguien que actúe en nombre del Dios Padre, un cirujano, un fotógrafo, un juez. Las mujeres se preocupan por la perfección física como nunca lo hacen los hombres, porque el Génesis dice que todos los hombres son creados perfectos, mientras que la mujer comenzó por ser un trozo inanimado de hueso: maleable, sin esculpir, no autorizado, tosco, en suma, imperfecto.

«Sed, pues, perfectos, como es perfecto vuestro Padre en el Cielo», instó Jesús a los hombres. «El Pasado Olvidado. El Presente Mejorado. El Futuro Perfecto», promete Elizabeth Arden a las mujeres... como es perfecta la modelo Pauline Poriskova. El anhelo de perfección de las mujeres se nutre de la creencia generalizada de que su cuerpo es inferior al de los hombres, es decir, materia de segunda calidad que envejece con mayor rapidez. «Los hombres envejecen mejor, es verdad», afirma la especialista en belleza Sally Wilson en *The Skin Game* de Gerald McKnight. «Por segunda clase», afirma Oscar Wilde en su Conferencia sobre arte, «quiero significar aquello cuyo valor disminuye constantemente». Claro está que los hombres no envejecen mejor en cuanto al aspecto físico. Envejecen mejor sólo en función de su estatus social. En este sentido nuestra percepción es incorrecta

porque se ha habituado a nuestros ojos a ver la edad como un defecto en nuestras caras, mientras que en los hombres es una señal de carácter. Si la principal función de ellos fuera decorativa y su adolescencia se considerase la cumbre de su valor, «un distinguido hombre de mediana edad parecería alguien horriblemente estropeado».

De segunda clase, nacido mujer, el cuerpo femenino siempre necesita completarse, contar con medios creados por los hombres para perfeccionarlo. Los Ritos ofrecen fraguar el cuerpo femenino en los honores de la belleza para quitarle sus impurezas, para darle su «acabado». La promesa que hace el cristianismo respecto a la muerte, la repiten por los Ritos respecto al dolor: el creyente despertará en la otra orilla, en un cuerpo de luz limpio de todo pecado mortal... femenino. En el cielo cristiano se libra al hombre de su cuerpo, es decir, «no habrá hombres ni mujeres». En los Ritos, las mujeres se purgan de su género. La nueva fealdad derivada de tener aspecto de mujer reemplaza simplemente a la antigua fealdad de ser mujer. A menudo las mujeres se indignan frente a los impulsos de odio hacia sí mismas que, según intuyen, son arcaicos. Pero cuando piensan que los Ritos tienen como base la historia de la Creación, pueden perdonarse a sí mismas. No es posible, en dos cortas décadas, rechazar con un encogimiento de hombros el peso de una historia que durante cinco mil años les ha enseñado de dónde viene y de qué están hechas.

Los hombres, en cambio, al haber creado dioses a su propia imagen, hallan que sus cuerpos son en esencia perfectos. Los estudios señalan que mientras las mujeres distorsionan negativamente sus cuerpos, los hombres hacen lo mismo, pero positivamente. La herencia occidental de una religión basada en el concepto de la semejanza entre Dios y el hombre significa que sentirse en falta con su cuerpo es un artículo de fe ente las mujeres que no tiene por qué responder a la realidad. Mientras sólo el 10% de los hombres están «profundamente insatisfechos» con su cuerpo, el 33% de las mujeres están «profundamente insatisfechas» con el suyo. Si bien ambos sexos sufren de exceso de peso en idénticas proporciones, ente el 33% y el 95% de quienes se inscriben en programas para adelgazar son mujeres. Éstas creen tener un serio problema cuando están unos siete kilos por encima del promedio nacional. Los hombres se consideran *perfectamente* bien hasta que superan los diecisiete kilos. Estas cifras no prueban que las mujeres sean un sexo deforme, comparada con la raza divina de los hombres. Ocurre, más bien, que un mayor número de mujeres que hombres se parece al ideal cultural, porque se esfuerzan más. Todo lo que reflejan es la tradición judeo-cristiana. La carne femenina es la evidencia de un error que proviene de Dios,

mientras que los hombres gordos son dioses gordos. Las cifras demográficas de obesidad no tienen importancia porque esta religión no se refiere al cuerpo de quien es gordo, sino al cuerpo de quien no sigue las reglas.

Los Ritos designan al cirujano como sacerdote artista, un Creador más experto que el cuerpo materno o la «Madre Naturaleza», donde tuvo lugar el defectuoso nacimiento de esta mujer. A juzgar por la literatura quirúrgica, parece ser que muchos cirujanos tienen esta imagen de sí mismos. El logotipo de una conferencia sobe rinoplastia celebrado en el Hotel Waldorf es una cara de mujer esculpida en piedra, pero agrietada. El doctor Mohammed Fahdy, en un número de una publicación profesional británica, describe la carne femenina como «arcilla» o «trozos de carne». El *New York Times* menciona un simposio sobre belleza patrocinado conjuntamente por la Academia de las Artes de Nueva York y por la Academia Americana de Cirugía Plástica. En otro artículo del mismo diario (acertadamente titulado «El Santo Grial del buen aspecto»), el doctor Donald A. Frageb admite que es mejor practicar primero sobre caras de arcilla porque así «es posible corregir los errores». El doctor Thomas D. Rees en *Más que una cara bonita: cómo la cirugía plástica puede mejorar su aspecto y cambiar su vida*, escribe que «hasta los grandes artistas de todas las épocas tuvieron que retocar alguna vez una parte de un cuadro». El cirujano plástico es el símbolo sexual divino de la mujer de hoy y reclama para sí la veneración que las mujeres del siglo XIX reservaban al Hombre de Dios.

Pecado original

> Pregunta: Tengo sólo 21 años. ¿Necesito aplicarme el sistema Niosome contra el envejecimiento?
> Respuesta: Decididamente sí. Las causas del envejecimiento han comenzado a actuar ya, aunque los signos no sean visibles.
> Pregunta: Tengo más de 45 años. ¿Es demasiado tarde para comenzar a aplicarme el sistema Niosome contra el envejecimiento?
> Respuesta: Nunca es demasiado tarde.
>
> *Sistema Niosone anti-edad*

Los Ritos hacen una nueva definición del pecado original, que consistiría no en haber nacido mortal, sino mujer. Antes de producirse la reacción contra el feminismo, tanto jóvenes como viejas estaban excluidas de la participación en el culto, y por lo tanto fuera de las filas de consumidoras potenciales. Los Ritos, no obstante, dan un nuevo papel al pecado original, de manera que ninguna joven pueda

creer que es demasiado temprano para preocuparse por las máculas de la fealdad femenina, la edad o la gordura, invisibles en su interior desde que nació y a la espera de ser reveladas. Tampoco la mujer puede considerar los Ritos como algo de su pasado. Las cremas para la piel y los libros sobre dietas usan el lenguaje de la parábola del hijo pródigo para formular su moraleja: a pesar de la vida disoluta de la pecadora, nunca se la abandona y nunca es demasiado tarde para olvidar los Ritos, y no existe ningún punto en la vida de una mujer en el que pueda vivir libe de culpa por contagiar su mala conducta a otras mujeres.

Un ejemplo de esta argucia teológica es la tabla «científica» de los productos Clinique, que enumera las siguientes categorías como «Líneas Faciales»: Muchas, Varias, Pocas y Muy Pocas. La categoría conceptual «Ninguna» no figura en la lista. No tener desperfecto alguno es inconcebible. Existir como mujer, aun cuando se sea adolescente, es estar estropeada.

El efecto en las ventas es paralelo al de la doctrina cristiana. Cuando un fiel no se siente culpable no cabe contar con él para dar su apoyo a la Iglesia tampoco es posible esperar que una mujer que no se sienta estropeada se gaste el dinero en «repararse». El pecado original es la fuente del sentimiento de culpa. Esta culpa, con sus consecuencias de sacrificio, forma también el tema central de la nueva economía religiosa. La publicidad dirigida a los hombres tiene éxito al enfatizar la imagen que tienen de sí mismos, mientras que estos productos rituales deben hacer que las mujeres sientan el mayor sentimiento de culpa posible. La única responsabilidad moral por envejecer o perder la silueta, le dicen, está en sus manos. «Hasta la expresiones más inocentes, incluido entrecerrar los ojos, parpadear y sonreír tienen un precio» (Clarins). «Desde 1956 no hay excusa para tener la piel reseca» (Revlon). «¿Ríes, lloras, frunces el ceño, te preocupas, hablas?» (Clarins). «¿No es obvio lo que tienes que hacer ahora mismo por tu piel?» (Terme di Saturnia). «Deja de dañar tu piel» (Elizabeth Arden). «Un busto mejor depende de ti» (Clarins). «Asume el control de tu silueta» (Clarins).

El sexo convertido en comida

El pecado original nos dejó la culpa sexual. Los Ritos suplantan virtualmente las prohibiciones judeo-cristianas sobre apetencia sexual por un tabú paralelo, el apetito oral. Todo el tema de anhelo, tentación, capitulación, terror de que «se vea», los esfuerzos desesperados por borrar del cuerpo «la evidencia» y, finalmente, el odio hacia sí misma se tienen por algo casi tan inmutable como la

realidad sexual de la mayoría de las jóvenes solteras hasta que se legalizó el aborto y los anticonceptivos y las relaciones premaritales perdieron su calidad de estigma, es decir, hasta hace una generación.

En la Iglesia, si bien los hombres sufrían la tentación de la lujuria, las mujeres asumían el papel de ser su malvada expresión material. Del mismo modo, si bien los hombres tienen apetito y engordan, los apetitos orales de las mujeres son la materialización social de la vergüenza.

«Los tabúes de la menstruación», dice Rosamund Miles, «... hacían que durante la cuarta parte de su vida adulta, una semana de cada cuatro, las mujeres del pasado fuesen invariablemente estigmatizadas y aparatadas como seres discapacitados a quienes les estaba vedada la vida en su sociedad.» Su ciclo las definía como sucias y sexualmente repugnantes durante sus «malos días», irracionales e ineptas para ningún puesto público. Las mujeres se sienten igualmente disminuidas y excluidas por la fase de «días gordos» de su ciclo de peso, que cumple el mismo propósito cuando caracteriza a las mujeres, aunque sólo sea ante sí mismas, como moralmente débiles, contaminadas y sexualmente sin valor. Mientras que el tabú menstrual mantenía a las mujeres alejadas de la vida pública, las mujeres de hoy se ocultan voluntariamente. En el judaísmo ortodoxo, una mujer en *niddah*, es decir, estado de impureza menstrual, tiene prohibido comer con su familia. La impureza de la gordura cumple el mismo papel.

Las leyes sobre impureza sexual fueron reemplazadas por los tabúes de la impureza oral. Frente a Dios las mujeres eran genitalmente castas. Hoy son oralmente castas frente al Dios de la Belleza. El sexo dentro del matrimonio, para la procreación, era aceptable, pero el sexo por placer era pecado. Las mujeres establecen hoy la misma distinción entre comer para subsistir y comer por placer. La doble moralidad que otorgaba al hombre, pero no a las mujeres, licencia sexual ha pasado a ser una doble moralidad en la que los hombres tienen mayor licencia oral. Una joven sin castidad ha «caído». Las mujeres se «caen» hoy de su régimen. Antes las mujeres «engañaban» a sus maridos, ahora «engañan» a sus dietas. La mujer que come algo «prohibido» es «traviesa»: «Es sólo por esta noche», dirá. «He cometido lujuria con el corazón» se ha convertido en «Basta con que sólo mire uno». «Soy una chica que no sabe decir que no», dice una modelo en un anuncio de gelatina Jello, «la que te hace sentirte bien cuando puedes decir “sí”». Con las galletas integrales «no tienes por qué odiarte por la mañana». El rosario se ha convertido en un contador de calorías. Las mujeres dicen: «tengo estas marcas en el abdomen como castigo de mis pecados». Antes se le permitía tomar la comunión siempre que hiciera

un acto de contrición y penitencia completos. Hoy se le concede este recurso cuando sinceramente ha intentado seguir una dieta y hacer sus ejercicios.

El estado de su grasa, como el de su himen en el pasado, interesa a la comunidad. «Recemos por nuestra hermana» se ha convertido en «Todos te animamos para que pierdas esos kilos».

Otros autores han mencionado también este paralelismo. Kim Chernin dice: «¿Es posible, entonces, que hoy nosotros nos preocupemos por lo que comemos y por nuestro peso como se preocupaban nuestras abuelas y sus médicos por la sexualidad femenina?». Lo que no se dice hasta ahora es cuál es el elevado origen de estas ansiedades. La cultura moderna reprime el apetito oral tal como la cultura victoriana, por medio de sus médicos, reprimía la cultura sexual: desde la cima de la estructura del poder hacia abajo, con un fin político. Cuando la actividad sexual femenina dejó de estar penalizada, los Ritos reemplazaron el temor, la culpa y la vergüenza que, según se había enseñado a las mujeres, siempre debían seguir al placer.

El ciclo de la purificación

La belleza es el cielo o un estado de gracia, la piel o el recuento de las células grasas es el alma, la fealdad es el infierno. «El cielo, estoy en el Cielo», anuncia un instituto para la reducción del peso llamado Annandale Health Hydro Spa. «No se parece a nada en la Tierra... tratamientos de belleza que dan la sensación de tener alas... ¿Cómo llegar al Cielo?... Sé buena y recorta este cupón». Hay un poste llamado «Tentación», pero Alba, con sus 70 calorías, es la «Salvación». Un artículo en *New Woman* que detalla las calorías de los helados se titula «Adoración del "Sundae"», haciendo un juego de palabras con «Sunday» (domingo) y la marca de helados Sundae.

La mujer a quien se dirige no está en el cielo ni en el infierno. No está en la Gloria, porque no es tan bella, ni está condenada sin remedio, porque no es tan fea. No es nunca una de las elegidas, pero puede salvarse a través de las buenas obras. Su mediador es el producto de belleza: curandero, ángel o guía espiritual. Sigue un calendario de excesos y de penitencia, un carnaval y una cuaresma del cuerpo, pagando los excesos de pleno invierno con las intenciones para el Año Nuevo. En la «Etapa Crítica», como lo expresa Terme di Saturni, el practicante es evaluado por un Dios Todopoderoso a quien no es posible ocultar nada. Utilizando el lenguaje de Yom Kippur, según el cual el verdadero arrepentimiento es posible durante diez días, al cabo de los cuales el Libro de la Vida queda sellado para el resto del año, la

especialista en cosmética Janet Sartin comunica a Nueva York que «lo que hagas en los próximos diez días determinará el aspecto de tu piel durante el resto del año». El «momento de la verdad», como el Juicio Final, pesa la penitencia en la balanza. «La balanza», enseña el Nuevo Testamento, «no miente». «Cada bocado se notará en tus caderas», se dice a la mujer. «Tu piel revela lo que pones dentro de ti.» Con estas advertencias aprende a «temer al Todopoderoso a quien nada se oculta».

¿Qué efecto tiene en las mujeres esta constante vigilancia? En *The Female Malady*: Women, Madness and English Culture 1830-1980, Elaine Showalter describe el uso de esta vigilancia en los modernos hospitales psiquiátricos para mantener manejables a las pacientes. «En estas instituciones se induce, persuade y enseña a las mujeres a ser vigilantes, "a observarse siendo observadas", y a ser objetos atractivos dejándose observar.» El maquillaje, escribe, se guarda en la sala de guardia con «los pintalabios y las cajas de colorete». «No es sorprendente», termina diciendo, «que la narrativa femenina [de las esquizofrénicas] la voz intimidatoria se burla, juzga, manda y controla... sea casi invariablemente masculina. El hombre pronuncia la crítica interminable del aspecto y de la conducta con la cual la mujer ha crecido como parte de la corriente de su conciencia». La vigilancia incesante se utiliza con los presos políticos por las mismas razones: la privación por la fuerza de la intimidad le quita la dignidad y le quiebra la resistencia. Esta aplicación ritual de la vigilancia es un vívido ejemplo de los verdaderos móviles del mito. La delgadez y la juventud no son, de por sí, atributos de Santidad en esta cultura. En realidad, a la sociedad no le interesa el aspecto *per se* de la mujer. Lo que tiene verdadera importancia es que las mujeres sigan dispuestas a permitir que les digan lo que pueden o no pueden tener. Se vigila a las mujeres, en otros términos, no para asegurarse de que «se porta bien», sino para que sepan que están siendo vigiladas.

Este Dios es el Gran Hermano. «La disciplina es liberación», declara la gurú del ejercicio Jane Fonda, sorda al eco de su frase: la guerra es paz, el trabajo es la libertad. Las mujeres interiorizan al Gran Hermano y su ojo. Una encuesta indica que «muchas mujeres que trabajan en casa no se sienten a sus anchas a menos que estén completamente maquilladas y lleven tacones altos». El grupo Weight Watchers hace que las mujeres paguen por vigilarse mutuamente. Las revistas femeninas les dicen que deben «usar siempre su maquillaje completo, aunque salgan a pasear al perro. Nunca se sabe a quién habremos de encontrar». Jesús dijo: «Observad, por lo tanto, pues no sabéis ni el día en que vendrá el Hijo del Hombre». «Ponte delante de un espejo grande y contémplate de frente, de espaldas, de perfil.

Quítate las gafas oscuras y encara la verdad de tu situación», exhorta *Positively Beautiful*. «¿Te cuelgan las carnes y se te hacen hoyuelos? ¿Ves los bultos? ¿Tienes los muslos muy gruesos? ¿Te sale barriga?», se trata de un examen personal que antes se reservaba para el alma. Las cronistas del siglo XIX, preocupadas por el estado del alma, anotaban cada fluctuación moral, conscientes de que «la salvación de nuestra preciosa alma no puede lograrse en forma independiente de nuestros esfuerzos». Las técnicas de modificación de conducta inventadas por el psicólogo Richard Stuart en 1967 obligaban a las pacientes a registrar «cuándo, dónde, qué y en qué circunstancias comían», imponiendo a las mujeres la carga de un detenido autoexamen para la salvación de su cuerpo.

El ciclo de purificación suele seguir el de las estaciones. Las mujeres que creen tener «algo que ocultar» temen la proximidad del verano, preocupadas porque el tiempo caluroso y la ligereza de ropas llegue antes de haber ayunado y haberse flagelado hasta estar en un impecable estado de preparación. Los cristianos medievales temían que la muerte los alcanzase cuando tenían aún el alma negra de pecados. Para este cuerpo femenino, oculto, las revistas hacen uso de la fórmula de San Jerónimo, un sepulcro blanqueado y una apariencia exterior que esconde el horror. «Es fácil ocultar una cantidad de pecados bajo los abrigos de invierno.» Sólo por la penitencia puede el fiel «osar desnudarse del todo» y ser como los ángeles del Bain de Soleil, que «no temen exponerse». El ciclo de la pérdida de peso imita el ciclo de Pascua: el autoexamen lleva a la automortificación, que a su vez lleva al júbilo.

En este tema central de nacimiento y resurrección, la mujer entra en lo que los antropólogos llaman la «fase liminal», una especie de limbo durante el cual la novicia debe «convertirse en la nada antes de poder convertirse en algo nuevo». Queda suspendida la antigua transición mágica, rodeada de efectos mágicos que incluyen un estado susceptible y alterado: oscuridad, música suave, ojos tapados. Con frecuencia se toca, se baña y se sumerge a la mujer tratada en estímulos sensoriales, como perfumes o cambios de temperatura. En las estaciones termales y los salones de belleza las mujeres se quietan la ropa de calle y se ponen idénticas batas blancas o de color. Su estatus queda en suspenso cuando se desprenden de sus alhajas. Se entregan al tacto de la masajista o la *esthéticienne*. Les ponen compresas en los ojos, les cubren la cara con líquidos perfumados. Las aguas de la Puerta de Oro tienen el efecto de las aguas de Lourdes. El momento liminal de una transformación llega cuando se retira el antiguo maquillaje, pero antes de aplicarse el nuevo; en cirugía eso ocurre cuando la paciente, vestida con la bata del hospital, es

preparada y anestesiada. En un anuncio de la firma Lancôme vemos a una mujer tendida de espaldas bajo una luz sepulcral, muerta, mientras una mano misteriosa desciende con un gesto como el de Jesús a tocarle la cara.

En lo más hondo de su desorientación, la iniciada suele sufrir una incisión o una prueba de resistencia: hay dolor, hambre o sangre, reales o simbólicos. En ese momento se pincha a la mujer con agujas que provocan descargas eléctricas, o se la corta o se la quema con ácido, o se le arranca el vello de raíz, o se le vacía el abdomen. El periodo liminal termina con otra inmersión en líquido que evoca las aguas del renacimiento: a menudo es sangre, como «la sangre del cordero» cristiana o la sangre de toro en el culto de Osiris. Éste es el estado de Cristo crucificado en la tumba, del cristiano bajo el agua bautismal, con el paciente sangrado bajo la anestesia, el aficionado a la estación termal bajo toallas, vapor o baños de hierbas.

Al final llega la victoria y la nueva vida. La muerte en el desierto de la generación vieja y contaminada se redime con el nacimiento de la nueva, que puede entrar en la Tierra Prometida. La persona bautizada asumen otro nombre, un nuevo rango en la comunidad. La mujer con su nuevo maquillaje, nuevo peinado, nueva delgadez, la mujer con la «nueva cara» quirúrgica, celebra su nueva identidad y regresa para asumir lo que espera que sea un nuevo estatus. Se le dice, para prepararla para este regreso, que debe comprar ropa nueva, cortarse el pelo, adquirir los accesorios propios de una nueva identidad. Presentados como un incentivo para bajar de peso, o camuflaje de la cirugía, estos consejos son una magia elemental.

La nueva religión supera las anteriores, porque la redención no es eterna. La retórica del «mandamiento» de la industria dietética enmascara lo obvio: lo último que desea es que las mujeres adelgacen para siempre. El 98% de quienes siguen una dieta recupera su peso. «La industria dietética es el paraíso del empresario», dice Brumberg, «porque el mercado se realimenta y es intrínsecamente expansivo. Basado en el fracaso… el interés en estrategias, técnicas y productos de adelgazamiento parece ser ilimitado».

Lo mismo es aplicable a la industria contra el envejecimiento, que un producto realmente eficaz podría destruir. Por suerte para la industria, hasta los pacientes de tratamientos quirúrgicos siguen envejeciendo a un ritmo del 100%. El «nuevo yo» desaparece al primer lavado. El ciclo debe recomenzar desde el principio, ya que vivir dentro del tiempo y tener que comer para vivir son ambos pecados contra el Dios de la Belleza, y ambos, claro está, inevitables.

Cuando las mujeres se adaptan demasiado bien a los sermones de las industrias de belleza, el peso o la edad que definen la gracia se reajustan aún más radicalmente: las modelos pierden otros cinco kilos, los cirujanos bajan la edad preventiva para la primera operación facial en otra década más. Desde el punto de vista de las industrias, la única perspectiva peor que la de la victoria de las mujeres en este partido manipulado de antemano sería que llegaran a perder todo interés en jugarlo. El círculo cerrado y repetido del ciclo de la purificación lo evita. Nunca se da a la mujer la oportunidad de pensar antes de que recupere las fuerzas para un viaje cada vez más arduo.

Memento Mori

Los Ritos despiertan en las mujeres una morbosidad propia de tiempos arcaicos. Hace quinientos años los hombres pensaban en su vida en relación con la muerte como piensan las mujeres hoy cuando imaginan el ciclo de vida de la belleza. Rodeada de muertes súbitas e inexplicables, la cristiandad medieval hacía de esta constante, conciencia del creyente de su propia mortalidad una obsesión que duraba toda la vida. Los peligros de la maternidad intensificaron esta conciencia de las mujeres, como lo dice el Salmo 116, dirigida a las parturientas: «Las penas de la muerte me rodearon y los dolores del infierno hicieron presa de mí… Oh Señor, te lo suplico, libera mi alma…». Esta morbosidad generalizada se volvió primordialmente femenina durante el siglo XIX. Los avances científicos atemperaron el sentido de fatalidad de los hombres, pero hasta bien avanzada la era industrial «el espectro de la muerte durante el parto obligaba a las mujeres a pensar repetidamente en el estado de su alma…». Cuando la antisepsia disminuyó la mortalidad puerperal y comienzo a valorarse a la mujer como belleza más que como madre, esta preocupación por la muerte se canalizó hacia el temor por la pérdida de la belleza. Así las mujeres siguen imaginando estar rodeadas de fuerzas mal conocidas que pueden atacarlas en cualquier momento, destruyendo lo que se les ha presentado como la vida misma. Cuando una mujer de espaldas a la cámara de televisión describe una operación quirúrgica fracasada, diciendo «me quitó mi belleza. De un golpe. Desapareció», está expresando un sentido impotente resignación que recuerda la forma en que las sociedades preindustriales reaccionaban frente a un desastre natural.

Para comprender la fuerza primitiva de esta religión es necesario advertir que los hombres mueren una vez. Y las mujeres dos. Mueren como bellezas antes de que muera su cuerpo.

Actualmente, aun en pleno apogeo de su belleza, las mujeres no dejan

de reservar siempre un espacio mental para su disminución o desaparición. La conciencia medieval de la muerte, de que «toda la carne es pasto», el *memento mori*, mantenía a los hombres económicamente alineados en la Iglesia, que era capaz de darles una «nueva vida» más allá de su ciclo vital. Que las mujeres piensen constantemente en su belleza como algo frágil y efímero las mantiene sometidas a un fatalismo que no forma parte del pensamiento de los hombres desde el Renacimiento. Les han enseñado que Dios, o la naturaleza, les otorga o no les otorga belleza -al azar, sin apelación posible-, y así viven en un mundo donde la magia, la plegaria y la superstición se abren camino.

Gracia

El pecado de Eva significa que las mujeres son responsables de la pérdida de la gracia. La «Gracia» se redefinió durante el Renacimiento como término laico, siendo usado para describir la cara y el cuerpo de las mujeres «hermosas».

La crema para la piel, ese santo óleo de la nueva religión, promete un aspecto «radiante» en su publicidad. Muchas religiones usan metáforas de la luz para referirse a la divinidad. El rostro de Moisés cuando descendió del Monte Sinaí resplandecía como el sol. La iconografía medieval rodeaba de halos a los santos. La industria de los santos óleos ofrece vender a las mujeres la luz de la gracia en tubos y en frascos, redimir su cuerpo, hoy que el culto a la virginidad y la maternidad ha dejado de rodear de luz sagrada el cuerpo femenino, cuya sexualidad ha sido cedida a otros.

De hecho, la luz es el tema central en una forma innata de ver la belleza que es común a muchos, si no a la mayoría de los hombres y mujeres. Esta forma de verla es lo que el mito de la belleza suprime. Al describir esta cualidad luminosa como sentimentalismo o misticismo. El origen de este rechazo, a mi juicio, no es que no veamos ese fenómeno, sino más bien que lo vemos con mucha claridad, y nombrarlo públicamente amenaza ciertas premisas básicas de nuestra organización social. Es la prueba definitiva de que los seres humanos no son cosas. La gente «se ilumina», pero los objetos, no. Aceptar que esto es una realidad implicaría un desafío a un sistema social que funciona considerando a ciertas personas como más cosificadas que otras, y a todas las mujeres como más cosificadas que los hombres.

Esta luz no se fotografía bien, no puede medirse según una escala de uno a diez, y tampoco cuantificarse en un análisis de laboratorio. Sin

embargo, la mayoría sabemos que este «resplandor» puede surgir de la cara y el cuerpo, dándoles belleza.

Algunos la ven como inseparable del amor y la intimidad, no como algo captado mediante un sentido visual aislado, sino como parte del movimiento o la calidez de un familiar. Otros podrían verla en la sexualidad de un cuerpo, otros, en la vulnerabilidad, o en el ingenio. Sorprende a veces verla aparecer en la cara de alguien que cuenta una historia o escucha con atención a otro. Muchos han comentado cómo el acto de la creación parece iluminar a la gente, y han notado cómo rodea a muchos niños, aquellos a los que no se les ha dicho aún que no son guapos. Solemos recordar a nuestras madres como hermosas simplemente porque parecían iluminarse bajo nuestra mirada. Si hemos de hacer una descripción general, diríamos que parece tratarse de un sentido de totalidad y tal vez de esperanza. Para verlo, al parecer, debemos buscarlo. La poeta Mary Sarton lo denomina «la pura luz que brilla en el enamorado». Es probable que cada uno le dé un nombre diferente y lo perciba también de distinta manera, pero la mayoría sabemos que existe para cada individuo. Lo esencial es que cada uno hemos visto ese resplandor en nuestra propia versión y probablemente nos hemos sentido deslumbrados, exaltados o atraídos, y eso, según el mito, no cuenta.

La sociedad limita severamente las descripciones de esta luz para impedir que adquiera la fuerza de una realidad social. Se dice que las mujeres la emiten, por ejemplo, sólo en el acto de entregar su cuerpo a los hombres o a los niños: la «novia radiante» o «la radiante futura madre». Rara vez se dice a un hombre normal que es luminoso, radiante o deslumbrante. Los Ritos proponen vender a las mujeres una imitación de la luz que ya poseen, la gracia central que se nos prohíbe admitir que vemos.

Con este objeto, pretenden que las mujeres encaren un mundo tridimensional según reglas bidimensionales. Ellas «saben» que las fotografías de la moda se iluminan profesionalmente para imitar esta cualidad. Pero como se les enseña a verse como imitaciones baratas de mujeres, estudian formas de iluminar sus rasgos como si fueran fotografías malogradas por el movimiento, actuando como sus propios técnicos de iluminación, estilistas y fotógrafas, sus rostros manejados como piezas de museo expertamente iluminados con focos altos, focos bajos, efectos de luz, escarchado y brillo, polvo de luz, iridiscencia.

La luz artificial tiene sus reglas. Las mujeres mayores no deben utilizar efectos de escarchado. ¿En qué luz se verá a la mujer? ¿De oficina, luz diurna, luz de velas? Los espejos de las mujeres tienen luces adosadas.

Si se las sorprende en un marco inesperado, quedarán veladas como una fotografía que, bajo una luz incorrecta, se convierte en la nada. Ello hace a las mujeres psicológicamente adictas a una civilizada iluminación de interior, su espacio tradicional, que las mantiene temerosas de toda espontaneidad y disgresión. La conciencia de la propia belleza vigila a nivel de la piel para impedir que se internen demasiado en un campo erótico o se alejen demasiado hacia el gran espacio del dominio público. Es necesario asegurarse de que no lleguen a captar una visión de sí mismas bajo una luz enteramente nueva.

Otras prácticas empujan también a la mujer hacia el interior. Si usa Retinol-A debe renunciar al sol para siempre. La cirugía plástica exige que se oculte en el interior, lejos del sol, durante períodos que van desde las seis semanas hasta los seis meses. El descubrimiento del «fotoenvejecimiento» ha despertado una fobia contra el sol que no tiene relación alguna con el riesgo de contraer cáncer de piel. Si bien es verdad que la capa de ozono se está reduciendo, esta mentalidad de fobia hacia el sol está cortando el lazo entre las mujeres y el mundo de la naturaleza, convirtiendo a ésta en el temible enemigo del punto de vista de la tradición masculina. Si la tradición femenina no estuviese bajo estado de sitio la capa de ozono dañada estaría enviando a las mujeres a la calle, en dirección a las barricadas ecologistas que se levantan para protegerla. El mito de la belleza, por su parte, estimula los temores de parecer de más edad para empujarlas en la dirección opuesta, una vez más al interior, sede de la esfera separada y de *la mística femenina*, el lugar establecido para la mujer en todas las culturas de mayor opresión para ellas. En la calle o en la casa, las mujeres deben hacer resplandecer su belleza porque, de otro modo, los hombres no las ven. Resplandecen como un medio de llamar la atención, que de tan mala gana se les concede. La luz atrae el ojo en un reflejo básico, sin mayor sutileza. La vista poco desarrollada del bebé es capaz de seguir objetos que brillan. Ésta es la única forma en que se permite gritar a las mujeres para exigir atención. Los hombres resplandecen, por el contrario, son personas de bajo nivel social o no son hombres de verdad: dientes de oro, alhajas llamativas, patinadores, Liberace. Los verdaderos hombres tienen un todo mate. Su superficie no debe distraer la atención de lo que estén diciendo. En cambio, las mujeres de todos los niveles brillan. El sociólogo Dale Spencer cita pruebas de que en una conversación los hombres cortan la de las mujeres en un 80% de las interrupciones. Otros estudios indican que los hombres prestan a la palabra de la mujer una atención sólo esporádica Así la pirotecnia de la luz y el color debe acompañar el discurso de ésta para seducir a una atención que se aleja cuando

abre la boca. El aspecto de una mujer se considera importante porque lo que dice no lo es.

El miedo a envejecer

Para vender dos productos del ritual carentes de realidad -la luz pasajera y la delgadez efímera- los Ritos adaptan con gran habilidad las técnicas habituales de los predicadores para inculcarlos a las mujeres. En la televisión de los Estados Unidos aparece la siguiente escena: una líder carismática vestida de blanco se dirige a la audiencia con una expresión radiante en su rostro. Las mujeres la escuchan transfiguradas: hay tres pasos a dar en una soledad total. «Date a ti misma este tiempo… Concéntrate. Siéntelo realmente», dice. Las mujeres dan su testimonio: «Tampoco yo creía al principio. Míreme ahora». «No quería comprometerme. Había probado todo y sinceramente no podía creer que algo pudiese lograrlo. Nunca he conocido nada como esto. Ha cambiado mi vida». La cámara enfoca los rostros. Al final, todas las mujeres visten de blanco y se congregan en torno a la líder con los ojos resplandecientes. La cámara retrocede al son de un himno. La fuente de este secreto compartido se llama Crema Nutritiva de la Piel al Extracto de Colágeno, 39,95 dólares por una cantidad suficiente para un mes.

Estas conversiones por vídeo no hacen más que reforzar la actividad principal del culto en los grandes almacenes, donde tiene lugar el 50% de las ventas de santos óleos en sus «puntos de venta». El plan es pura religión cuidadosamente organizada.

Una mujer entra en los almacenes desde la calle, con un aspecto sin duda mortal, el pelo revuelto por el viento, su propia cara a la vista. Para llegar al mostrador de cosméticos debe pasar junto a un prisma de espejos deliberadamente situados para desorientarla con luces y perfumes que la someten a la «sobrecarga sensorial» utilizada por hipnotizadores y predicadores para estimular el poder de sugestión.

En cada lado, a su paso, hay hileras de ángeles, serafines y querubines, fotografías con caras «perfectas» de las modelos. Detrás de ellos, al otro lado de un mostrador liminal en el que está expuesta la magia que le permitirá «convertirse», iluminado desde abajo, está el ángel guardián. La vendedora es humana, lo sabe, pero «perfeccionada» como los ángeles que la rodean, desde cuyas filas la mujer ve su propia cara «estropeada», reflejada y apartada del resto. Desorientada en el interior de ese cielo hecho por el hombre que es la tienda, no puede enfocar la atención en aquello que hace que tanto los ángeles vivos como sus imágenes le parezcan «perfectos»: que están pintados.

La pintura tiene poca relación con el mundo exterior, como se ve claramente en una sesión fotográfica de moda hecha en una calle de la ciudad, tan artificiosa y tan fuera de lugar. Pero el mundo mortal se desintegra en su memoria ante la vergüenza de sentirse ella tan fuera de lugar entre todos esos objetos etéreos. Por sentirse en una posición de desventaja, nuestra clienta ansía «convertirse».

Las vendedoras de cosméticos adquieren técnicas semejantes a las de los predicadores profesionales y los hipnotizadores.

Una ex miembro de la secta Niños de Dios dice, en la obra de Willa Appel *Cultsin America: Programmed for Paradise*, que buscaba gente en los centros comerciales que tuviese aspecto perdido y vulnerable. La mujer que avanza entre dos filas de divinidades debe llegar a sentirse «perdida y vulnerable» ante sus propios ojos. Si se sienta y accede a recibir un tratamiento de belleza, es candidata a que la presionen con la venta de un culto para ella.

La vendedora se acercará mucho a la cara de la compradora, aparentemente para aplicarle los productos, pero en general mucho más de lo que sería necesario. Mantiene una charla ligera centrada en alguna manchita, una arruga, las bolsas debajo de los ojos. Se le ha enseñado a colocarse muy junto a sus clientes potenciales y a «mirarles fijamente los ojos... A buscar el punto débil de una persona». Seguidamente, la mujer oye que la condenan por los pecados y errores que la ponen en peligro: «¿Qué usas para la cara?» «Sólo veintitrés años, y mira esas arrugas». «Bien, si te conformas con tener esos granitos...». «Estas destruyendo esa piel tan delicada de debajo de tus ojos». «Si no dejas de hacer lo que estás haciéndole, dentro de diez años toda tu cara será una masa de arrugas». Otro miembro de la secta describe el siguiente procedimiento: «Se trataba de reflejar gran confianza, de mantener una comunicación tan enérgica que uno siempre mantiene un control total... hay que aprovechar ese sentimiento que tiene toda esa gente, ese sentido de no tener seguridad, ni idea de lo que puede ocurrir en el futuro, y ese temor de seguir cometiendo los mismos errores».

La compradora cederá, probablemente, y aceptará todo el surtido cosmético como su salvación personal. Pero una vez en la calle los costosos tubos y frascos no tardan en perder su aureola. Quienes han escapado de las sectas siempre sienten más tarde que han emergido de algo que recuerdan muy vagamente.

La publicidad impresa debe llegar ahora al miembro potencial de la secta con armas más sofisticadas. Desde hace dos décadas vienen

usando un lenguaje misterioso, como el catolicismo empleaba el latín, el judaísmo el hebreo, la masonería palabras secretas, como un prestigioso logos que confiere poderes mágicos a sus creadores. Para la mujer común es una mezcla de ciencia y seudociencia: «Phytoliastil», «Phytophyline», «Plusisoma M», «SEI Complex», «péptidos biológicamente activos LMP» (La Prairie), «elementos higroscópicos y cerámidas naturales» (Chanel), «Una mezcla sintrópica del único Biodermia™ Complex», «Reticulina y Mucopolisaccharidas» (Aloegen), «Tropocolágeno y ácido hialurónico» (Charles of the Ritz), «Incellate™», (Terme di Saturnia), «Glycosphingolipidos» (GSL Glycel), «Niosomas y Microsomas y Protectinol» (Shiseido).

«Desde los primeros siglos del segundo milenio», escribe Rosalind Miles, «las sociedades occidentales descubrieron técnicas propias para asegurar que "el nuevo conocimiento" no penetrase en la gran subclase del sexo femenino». Una larga historia de exclusión intelectual precede a la actual intimidación que sufren las mujeres mediante esta batería de lenguaje falso y autoritario.

La publicidad refinó este lenguaje disparatado e intimidatorio para ocultar el hecho de que las cremas para la piel no sirven en realidad para nada. La industria de los santos óleos es un megalito que durante cuarenta años ha vendido a las mujeres algo inexistente. Según el informe de Gerald McKnight, la industria es poco más que «una estafa masiva... una estafa comercial disfrazada y bien presentada», con márgenes de beneficio de más del 50% sobre unos ingresos de 20.000 millones de dólares en todo el mundo. En 1988, el cuidado de la piel tuvo unas ganancias brutas de 3.000 millones solamente en Estados Unidos, de 337 millones de libras en el Reino Unido, 8.900 millones de liras en Italia y 69,2 millones de florines en Holanda.

Hace cuarenta años que la industria afirma logros imposibles. Antes de 1987, la Administración de Alimentos y Drogas de los Estados Unidos (FDA) formuló objeciones menores en sólo dos oportunidades. En las últimas décadas los fabricantes de aceites mágicos superaron el nivel de lo escandaloso al afirmar que retardaban el envejecimiento (Revlon AntiAging Firmage), reparaban la piel (Reparación Nocturna) y reestructuraban la célula (Complejo de Recuperación Celular, G.M. Collin Regeneración Celular Intensiva, Elancyl Reestructurador). Al incorporarse las mujeres a la fuerza laboral informatizada de la década de los ochenta, la publicidad abandonó los cándidos temas florales de la «esperanza en un frasco» y adoptaron una nueva imaginería de alta tecnología, gráficos y estadísticas, para que su voz se uniera a la autoridad del microchip. Ciertos «avances» tecnológicos imaginarios reforzaron la sensación de las mujeres de que el índice de

belleza iba subiendo fuera de todo control, con demasiadas exigencias que el cerebro humano no tenían tiempo de organizar o verificar.

Un exceso de información se combinó con las mejoras en el campo de la fotografía para dar a las mujeres la sensación de que el examen del cuerpo se había convertido, en sí mismo, en algo sobrehumano. El ojo de la cámara, como el de Dios, adquirió una capacidad microscópica de percepción que superaba a la del ojo humano, magnificando «desperfectos» que un mortal no podía detectar. A principios de los ochenta, Morris Herstein, de los Laboratorios Sérobiologiques, que se califica a sí mismo de «seudocientífico», dice que «pudimos por fin ver y medir cosas que antes había sido imposible estudiar. Esto tuvo lugar cuando se difundió la tecnología del programa espacial y cuando se nos permitió utilizar sus técnicas de análisis avanzadas, los adelantos biotecnológicos que permitían ver las cosas a nivel celular. Antes teníamos que tocar palpar». Lo que está diciendo Herstein es que mediante la medición de tejido invisible a simple vista, que no se pueda «tocar y palpar», la lucha por la belleza se trasladaba a un plano tan diminuto que la lucha misma se convertía en metafísica. Se pretendía que las mujeres creyesen que borrar arrugas tan leves que eran casi inexistentes para el ojo humano era un imperativo moral razonable.

El tenue lazo entre lo que los santos óleos afirmaban hacer y lo que hacían en realidad se rompió por fin, y dejó de tener significado. Las cifras no tienen sentido hasta que se somete a un modelo único todas las pruebas y categorizaciones. Una revista femenina cita a un portavoz de la industria, el doctor Grove, quien añade que «las consumidoras deben recordar siempre que lo que mide un aparato puede no ser visible a simple vista».

Si el «enemigo» es invisible, la «barrera» es invisible, los «efectos de la erosión» invisibles, y los resultados de los santos óleos «pueden no ser visibles» para el ojo humano, nos encontramos en una dimensión de pura fe, donde la evidencia gráfica de «la mejora invisible» viene proporcionada por el número de ángeles que, terminado el tratamiento, serán capaces de bailar sobre la cabeza de un alfiler. Toda esta ficción dramática de la lucha del aceite sagrado contra la vejez se desarrolla ahora en un escenario de ficción, e inventa daños psíquicos para vender curas psíquicas. A partir de este punto, los rasgos de la cara y del cuerpo que pueden hacer sentirse desgraciadas a las mujeres serán cada vez más, rasgos que nadie puede ver. Más solas que nunca, las mujeres podrían sentirse más allá del consuelo de la razón. La perfección debe defender su existencia superando el marco de referencia del artista y sobrevivir al microscopio.

Hay incluso muchos especialistas dentro de la industria que reconocen que las cremas no sirven para nada. Buddy Wedderburn, bioquímico de Unilever, afirma que «el efecto de frotarse la piel con colágeno es insignificante... No conozco nada capaz de penetrar en esas zonas y, desde luego, nada que evite las arrugas». Anita Roddick, de The Body Shop, la cadena de tiendas de belleza, comenta: «No hay ninguna aplicación, ninguna aplicación tópica que pueda eliminar las arrugas de dolor, de estrés o las arrugas profundas... No hay nada, nada que pueda hacer que uno parezca más joven. Nada». Anthe Disney, editora de la revista femenina *Self*: «Todas sabemos que no existe nada que nos haga parecer más jóvenes.» Sam Sujiyama, director adjunto de Shiseido: «Si se quiere evitar envejecer, hay que irse a vivir al espacio. No hay otra forma de evitar tener arrugas una vez que hemos salido del útero».

El espíritu de solidaridad profesional que ha permitido mantener el carácter fraudulento de las afirmaciones de la industria a un nivel bastante discreto fue quebrado, bastante tarde, por el profesor Albert Kligman de la Universidad de Pennsylvania. Sus llamadas de atención deben ser citadas dentro de su contexto. El doctor Kligman ha desarrollado la sustancia Retinol-A, la única que parece tener algún efecto, incluyendo una tendencia a la inflamación de la piel, intolerancia al sol y un descamado continuo. «En la industria de hoy», escribió a sus colegas, «la farsa reemplaza a la exageración... es inevitable un castigo por parte del público consumidor y de la FDA, que será perjudicial para la credibilidad». En entrevistas posteriores va más lejos: «Cuando hacen una afirmación sobre las cualidades de un producto contra el envejecimiento por sus profundos efectos biológicos, hay que detenerlos. Es un disparate total, fuera de los límites de la razón y de la verdad». Añade que los nuevos productos simplemente no pueden actuar como lo afirman sus fabricantes y patrocinadores, porque es físicamente imposible para cualquiera de ellos entrar bajo la piel con suficiente profundidad como para provocar verdaderas diferencias en las arrugas. Lo mismo es aplicable a la eliminación de surcos o arrugas o a la prevención permanente del envejecimiento de las células. «La esperanza de que algo logre tales efectos es, en realidad, inexistente».

«Algunos de mis colegas», admite, «me dicen: ¡Las mujeres son tan tontas! ¿Cómo se pueden comprar toda esa grasa y sustancias inútiles? Mujeres que han ido a la universidad, a Radcliffe, Cambridge, Oxford y la Sorbona... ¿qué manía les ha dado? ¿Por qué van a Bloomingdale's y pagan 250 dólares por esa basura?»

Las mujeres son tan «tontas» porque los centros del poder y sus

guardianes comparten la determinación de que las mujeres sean tontas y continúen siéndolo. El «castigo» apareció por fin en Estados Unidos en 1987, pero no surgió de una preocupación por las consumidoras explotadas mediante un fraude que rendía anualmente 20.000 millones. El comienzo de esta preocupación apareció cuando el cardiólogo Christian Barnard lanzó un producto llamado Glycel («un fraude total», firma el doctor Kligman). La fama del doctor Barnard y las escandalosas afirmaciones acerca de su producto («es la primera vez en la historia que recordamos a un médico dando su nombre a una línea cosmética», dice Stanley Kohlenberg de Sanofi Products) provocó envidia en el resto de la industria, según una de las fuentes de Gerald McKnight. «Alguien emplazó a la Administración de Drogas y Alimentos para que actuase disponiendo la retirada del producto de los estantes, o de lo contrario la industria se encargaría de arrastrar el nombre de la FDA por el barro...» En este punto la Administración decidió atacar a la industria en su conjunto, «ya que las afirmaciones falsas las hacíamos todos». Solicitó a veintitrés ejecutivos de la industria cosmética que justificasen «las afirmaciones que divulgaban en forma flagrante en revistas, películas y todo medio favorable a la exageración... que habían añadido ingredientes "mágicos" a sus productos antienvejecimientos y reparadores de células». La FDA, exigió «la retirada inmediata de estas afirmaciones o, de lo contrario, debían acceder a analizar estos productos como drogas». «No tenemos conocimiento», dijo el director de la FDA, Daniel A. Michaels, «de ningún elemento de juicio científico que pruebe la inocuidad y eficacia de estos artículos. Tampoco lo tenemos en cuanto a que estas drogas se reconozcan en general como seguras y eficaces en los usos contemplados». En otros términos, señaló, «si las cremas dan los resultados afirmados por ustedes, se trata de drogas, y como tales deben ser analizadas. Si ustedes se niegan a hacer estas pruebas, están incurriendo en falsas afirmaciones».

¿Constituye todo esto una prueba de que alguien se preocupa por la existencia de una industria cuyo objetivo es vender un fraude religioso a las mujeres? Morris Herstein señala que lo único que está diciendo la FDA es: «Miren, nos preocupa lo que dicen, no lo que hacen». Se trata de un problema semántico, de léxico, una cuestión de vocabulario. El tono del director de la FDA no parecía muy combativo. «No tratamos de castigar a nadie», dijo a Deborah Blumenthal para el diario *New York Times*. En 1988 esta periodista consideraba que los productos no sufrirían cambios, aunque el «tono surrealista» de algunas afirmaciones sobre ellos sería eliminado.

Pensemos, no obstante, en la siguiente barbaridad. Durante veinte años los santos óleos hicieron afirmaciones científicas, utilizando

falsos cuadros y cifras, acerca de la «mejora comprobada», y las «diferencias visibles» que permanecían al margen de toda verificación objetiva. Fuera de los Estados Unidos, los mismos fabricantes siguen haciendo estas afirmaciones. En el Reino Unido casi todos los anuncios de aceites mágicos ignoran el Código Británico de Publicidad, según el cual ésta «no deberá contener afirmaciones que induzcan a creer que el rejuvenecimiento, es decir, en la posibilidad de prevenir, postergar o contrarrestar los cambios fisiológicos y condiciones degenerativas causadas por la edad o asociados con ésta (Sección C.I. 5.3)». El Departamento Británico de Comercio e Industria tomó la iniciativa en 1989. El dermatólogo británico Ronald Marks afirma: «Una buena proporción de estos productos son fraudes». Sin embargo, este departamento no ha dedicado aún el tiempo y los recursos necesarios para hacer cumplir sus recomendaciones. En ninguno de los dos países se ha registrado un movimiento público que ejerza presión sobre la industria para que ésta se retracte o se disculpe públicamente ante las mujeres, ni tampoco, mediante cambios en la reglamentación, se ha planteado la posibilidad de ofrecer una compensación económica a las consumidoras que han sido tan engañadas durante tantos años.

¿Es una reacción exagerada tomar esta cuestión tan en serio? ¿No es la relación de las mujeres con sus santos óleos tan trivial, y su fe en ellos tan inofensiva, incluso digna de simpatía, como se refleja en el lenguaje popular? Las mujeres somos pobres, más pobres que los hombres. ¿Qué importancia tienen unos veinte mil millones de nuestros dólares al año? Esa cantidad, no muy importante, equivaldría a lo siguiente: 400.000 centros para la asistencia diurna de niños, o 2.000 clínicas de salud para mujeres, o 75.000 festivales de cine, música, literatura o arte dirigidos a la mujer, o 50 universidades femeninas, o un millón de empleadas bien remuneradas para el cuidado de ancianos en su domicilio, o el mismo número de personas especializadas en el cuidado de niños, o 33.000 refugios para mujeres maltratadas, o 2.000 millones de tubos de crema anticonceptiva, o 20.000 vehículos para el transporte seguro a horas avanzadas de la noche, o 400.000 becas universitarias de cuatro años de duración para las jóvenes que no pueden costearse estudios superiores, o 20 millones de pasajes aéreos alrededor del mundo, o 200 millones de cenas en un restaurante francés de cuatro estrellas, o 40 millones de cajas de champagne Veuve Clicquot. Las mujeres somos pobres. Los pobres tienen necesidad de lujos. Si van a gastarse un dinero ganado con tanto sacrificio, los lujos deberían suministrarles lo que prometen, en lugar de absorber un dinero lleno de culpa. Nadie toma en serio esta estafa porque su alternativa es una verdadera amenaza social: que las mujeres acepten el hecho de envejecer, que luego lo ensalcen y que

terminen por disfrutarlo.

La «intervención» de la FDA no creó ninguna de estas posibilidades. El lenguaje de la publicidad hizo un brillante giro hacia el nivel de la coacción emocional, con cada una de sus palabras cuidadosamente estudiadas por el mercado. Estos poemas en prosa sobre las necesidades íntimas y los temores de las mujeres son aún más persuasivos que las mentiras científicas anteriores. El éxito de un sistema de creencias depende del grado de conocimientos que tengan los líderes de la secta sobre la situación afectiva de sus posibles fieles. Los anuncios de los óleos mágicos comenzaron a tomar el pulso emocional público con una exactitud «artística».

Cuando los estudiamos, vemos que las mujeres viven bajo un estrés terrible. Muchas, no obstante su aplomo frente al público, se sienten secretamente vulnerables, agotadas, abrumadas y asediadas. En los nuevos guiones, los peligros invisibles asaltan a esta víctima desprotegida:

> «Protegida contra... las agresiones ambientales... Protector... contra los elementos»; «Crema Defensiva (*Elizabeth Arden*)»; «Barrera invisible entre tu persona y las agresiones ambientales», «un escudo invisible» (*Estée Lauder*); «protectora... mayor defensa», «Protectinol, eficaz compuesto de ingredientes protectores», «Encaremos las constantes agresiones... el ambiente más contaminado de hoy... cansancio, tensión... agresiones ambientales y cambios del estilo de vida de hoy» (*Clarins*); «Contrarrestar las tensiones del estilo de vida de hoy» (*Almay*); «Día tras día... sujetas a condiciones ambientales dañinas que junto con el estrés y la fatiga la afectan negativamente y alteran su equilibrio natural» (*Roc*); «Fortalecer... las defensas naturales... para contrarrestar la tensión ambiental diurna...», «una barrera protectora contra los agresores externos» (*Charles of the Ritz*); «Acorazada contra las agresiones ambientales...», «escudo... contra los elementos» (*Estée Lauder*); «Asaltada por la edad y por la exposición a los rayos ultravioletas», «Barrera protectora contra los ataques químicos y físicos del ambiente...», «Las defensas naturales de tu cuerpo», «Justo a tiempo... descubre tu mejor... defensa» (*Clientele*); «células destruidas a racimos dejando bolsas de vulnerabilidad...», «La exposición en tu ambiente cotidiano... luces fluorescentes, oficinas con calefacción excesiva... provoca arrugas», «Un enemigo invisible... el 70% de las mujeres sufren efectos invisibles de erosión» (*Orience*); «Atacada por elementos externos... agresiones externas» (*Orchidea*); «Defensora de la piel... Barrera contra la sensitividad... neutraliza los agresores

ambientales… antes de someterla al desgaste de cada día, protégela… Alivia años de influencia negativa» (*Estée Lauder*); «… Bajo ataque todos los días de su vida… una barrera esencial… le ayuda a defenderse» (*L'Oreal*).

¿Qué tiene esta literatura para provocar una receptividad tan dolorosa en las mujeres? Tiene que ver con la parte oculta de la vida de la mujer trabajadora, independiente y autocontrolada, con la violencia sexual, el acoso callejero y el lugar de trabajo hostil. Cada palabra llega a un nervio de temor legítimo que no tiene nada que ver con el rejuvenecimiento ni con las cualidades del producto. No sólo son las mujeres una novedad en la esfera pública. Es que ésta está llena de peligros visibles.

Las mujeres son víctimas de un ataque todos los días de su vida por parte de «agresores invisibles»; los estudios indican reiteradamente que por lo menos una mujer de cada seis ha sido violada y hasta el 44% ha sufrido un intento de violación. Tienen, en efecto, «puntos de vulnerabilidad» expuestos al asalto, la vagina. El grado en el cual el virus de SIDA ha infectado a mujeres heterosexuales es aún desconocido. Necesitan, en efecto «barreras protectoras», preservativos y diafragmas. El 21% de las mujeres estadounidenses casadas menciona los malos tratos físicos que recibe de su pareja. 1.500.000 mujeres son atacadas por su compañero todos los años. Una mujer británica de cada siete es violada por su marido. Las mujeres responden a las fantasías sobre protección contra los ataques porque realmente las atacan.

Casi todas las mujeres que trabajan aparecen congregadas en torno a veinte categorías de empleos de baja categoría. Tienen, en efecto, un enemigo invisible, la discriminación institucionalizada. El insulto sexual verbal en las calles de la ciudad es un abrasivo cotidiano. Están expuestas a la «tensión ambiental». En las pruebas para la determinación de su grado de autoestima arrojan cifras más bajas que los hombres. Desde luego, necesitan vencer años de «influencias negativas», un odio a sí mismas interiorizado. Casi dos de cada tres matrimonios en los Estados Unidos terminan en divorcio, tras el cual el nivel de vida de las mujeres desciende en un 73%, mientras que el de los hombres asciende en un 42%. Las mujeres están «desprotegidas». Más de 8 millones de mujeres estadounidenses crían por lo menos un hijo sin ayuda, de las cuales 5 millones reciben ayuda económica para mantener a sus hijos, y entre ellas el 47% recibe ayuda completa, y el 37%, menos de la mitad de lo que le corresponde. El 28% no recibe ayuda alguna. Sufren verdaderamente una «erosión», un desgaste por los cambios en su estilo de vida. La

renta media de las mujeres en los Estados Unidos en 1983 fue de 6.320 dólares, y la de los hombres, de más del doble de esa suma. Entre el 66% el 75% de las mujeres sufren acoso sexual en el trabajo. Es innegable que sufren «agresiones ambientales». El exceso de trabajo y los bajos salarios les provocan tensión bajo las luces fluorescentes de oficinas con exceso de calefacción. En los Estados Unidos las mujeres ganan de 59 a 66 centavos por cada dólar que ganan los hombres; en Gran Bretaña, 73 peniques por cada libra de los hombres. Pueden adquirir un óleo santo llamado Equalizer. La Vaselina para Cuidado Intensivo les ofrece «por fin... el mismo trato... el trato que merecen». Sólo el 5% de los ejecutivos de alto nivel son mujeres. Johnson & Johnson les ofrece Purpose. Como la enmienda sobre la igualdad de derechos no fue aprobada en los Estados Unidos, necesitan un «protector». Ciertamente, necesitan una defensa mejor.

Los santos oleos prometen la protección que las mujeres han dejado de recibir de los hombres y todavía aguardan de la legislación, pero esta protección permanece en el terreno de los sueños. Propone actuar como el velo musulmán, un cinturón de castidad, un marido o un traje protector contra la radiación, según el temor que se despierte, con el fin de mantener a salvo a la mujer en el mundo abrasivo de los hombres, en el cual muchas entraron con tanta confianza.

Una parte de esta producción escrita apela a la ambivalencia que sienten las mujeres ante sus nuevos roles cargadas de tensión, o mejor dicho, ante su ingreso en un sistema discriminatorio donde se culpa al feminismo por someterlas a la fuerte tensión de un mundo exterior sexista. Muchas tienen sentimientos contradictorios en cuanto al costo del «éxito» tal como lo definen los hombre y al hecho de alejarse de sus hijos. Esta es la escuela «postfeminista» del cuidado de la piel:

> aliviar «el estrés... la tensión superficial» (*Almay*); «Concentrado para la Piel Tensa... triunfa frente a la adversidad... Resuelve el problema de piel del siglo XX» (*Elizabeth Arden*); «Estrés y tensión» (*Biotherm*); «¿Tu cara tiene que pagar el precio de tu éxito?... tu estilo de vida te expone a un ritmo enloquecido y a mucha tensión... verdaderos ataques para la piel (que nunca preocuparon a tu madre)» (*Orlane*); «Enfréntate a las realidades de tu vida. Lo que te pasa le pasa a tu piel... para la mujer cuyo estilo de vida le impone exigencias increíbles...» (*Matrix*); «La vida activa, ajetreada, de la mujer moderna significa que desgraciadamente no cuida sus piernas...» (*G.M. Collin*).

La tasa de divorcio en los Estados Unidos casi se duplicó entre 1970 y 1981. Desde 1960 se ha duplicado en casi todos los países de Europa,

se ha triplicado en Holanda, quintuplicado en el Reino Unido, multiplicado por diez en Barbados. En Bangladesh y en México una de cada diez mujeres casadas se ha divorciado o separado, una de cada cinco en Colombia, una de cada tres en Indonesia. El Gel reparador Contorno de Ojos de Elizabeth Arden nos proporciona el último capítulo de la historia de las mujeres en un tubo: «Las estructuras de sostén vitales entre las células se rompen, dejando a la piel debilitada y vulnerable». Su Inmutage protege la piel de los «rayos que debilitan y devastan la estructura de sostén de la piel». La piel no tratada revela una «dramática falta de cohesión». Los sistemas de apoyo tradicionales, como la familia, el sostén económico y aun los grupos femeninos de la segunda ola del movimiento feminista se han roto literalmente. Clinique «ayuda a socorrer a la piel necesitada. Es una buena causa». En una fantasía de rescate las mujeres aisladas o las luchadoras leen que los microsomas de Estée Lauder son «atraídos como imanes de alto poder a las células superficiales que necesitan más ayuda, reparando, reforzando y reconstruyendo». Estos sistemas de sostén pueden ahora «repararse y reconstruirse» mediante la acción dinámica, de venta en farmacias, que las mujeres pueden comprar cuando la familia nuclear y la legislación las defraudan.

Las palabras del código cambiarán con las fantasías subconscientes. Pero si la mujer aspira a liberarse de un costoso sistema de creencias elaborado a través de estos mensajes, deberá leer toda la propaganda sobre santos óleos sabiendo que su tema no es el producto, sino que presenta un retrato de impresionante exactitud de los demonios escondidos de su época.

La publicidad hace una lectura de las necesidades de las mujeres también en un nivel muy personal. Los publicistas saben bien que las mujeres sienten a veces la necesidad de retroceder en el tiempo y de ser mimadas. Mediante los Ritos se las puede apartar del presente y estimularlas a recuperar el pasado. Las sectas que idealizan el pasado se llaman «movimientos de revitalización». El nazismo es un ejemplo.

En las teologías de la edad y del peso, las mujeres tienen recuerdos del Edén, -el «jardín secreto» del champú Timotei-, y de su pérdida. De niñas, las mujeres tenían una piel «impecable» se les proporcionaba con afecto todo lo que deseaban comer. Las dos palabras cuyas variantes se repiten con tanta frecuencia que pocos anuncios las omiten son «revitalizar» y «nutrir». Almay da «nueva vida», RoC «revitaliza», Auraseva es «revitalizante», nos hace «renacer». Clarins usa la palabra «revitalizar» nueve veces en un folleto de una página. Podemos «renacer» con Elizabeth Arden, y Guerlain nos ofrece Reviteno. Las dos palabras se repiten con efectos hipnóticos en un solo

anuncio. «Renovación» figura veintiocho veces en un folleto de una página para un producto llamado Millenium. El milenio es el Segundo Adveniento, cuando los muertos vivirán y las mujeres recobrarán su juventud, esa época en que según los Ritos están más vivas.

También saben los anunciantes que las mujeres se sienten desnutridas en la actualidad, tanto en un sentido físico como afectivo. Reprimen su hambre, pues admitirlo sería una debilidad. Sin embargo, su carencia nutritiva se hace evidente en la literatura de los santos óleos que se explaya sobre lo suculento y lo dulce, la miel de la Tierra Santa, la leche materna de María: así, Leche y Miel, Alimento para la Piel, Germen de Trigo y Miel, Crema, Mousse, Caviar. Y la mujer alimenta su piel con las maravillas que no puede ingerir por su boca sin sentir culpa o crearle algún problema. En un artículo del *New York Times* titulado «Comida para Pensar», Linda Wells escribe que «los ingredientes más recientes para el cuidado de la piel... podrían confundirse con el menú de un lujoso restaurante», y enumera huevos de codorniz, miel, plátanos, aceite de oliva, cacahuetes, caviar, huevos de esturión y frutas tropicales. La mujer hambrienta se permite sólo exteriormente lo que desearía para su interior.

En una encuesta de 1990 que abarcó 3.000 mujeres, la mitad consideraba que «a los hombres sólo les interesa su propia satisfacción sexual». El alimento más intensivo es el que ofrecen las cremas de uso nocturno, «cuando tu piel puede absorber más alimento. Es el momento de nutrirla... (con) alimentos especiales» (Complejo Nutritivo Intensivo de Almay). Las hora de la noche son aquellas en que tales mujeres tienden a sentir más la falta de alguien que las alimente. La «alimentación» de la piel es algo imposible desde el punto de vista científico, ya que nada penetra el *stratum corneum*. Las mujeres alimentan su piel como una forma de alimentarse con el amor del que están privadas.

Se insiste, entonces, en que proyecten sobre los productos todo lo que ansían obtener de su relación con los hombres. El primer Informe Hite demostró que las mujeres deseaban mayor ternura. Hay un toque de misticismo cristiano, sensual e íntimo, en el cual Cristo es un amante que ofrece a la mística una unión romántica y pura. Jesús el Esposo siempre ha sido un pilar en la fantasía de las mujeres. La versión cosmética de Dios Hijo es tierna. Él sabe exactamente qué necesita la suplicante. Los aceites calman, tranquilizan, reconfortan, ofrecen un bálsamo, como el de Gilead, a una piel sensible e irritada, o a la persona. A juzgar por la publicidad, las mujeres requieren mayores cuidados y atención personal (Clinique) así como una mano más tranquila, un toque más delicado. Los aceites «se deslizan suavemente,

como la seda». El genio dentro del frasco hace lo que el hombre real no parece hacer lo bastante: la acariciará suavemente, le prometerá su amor eterno, la comprenderá y la cuidará, hará por ella lo que las mujeres hacen por los hombres. Y el hombre aparece en una barra de labios «con la que puedes tener una muy larga relación». Le ofrece «Más Cuidado. Puro Cuidado», «cremas que te cuidan totalmente», «Cuidado Especial», «Cuidado Intensivo» (Johnson & Johnson), «Cuidado Amante» (Clairol), «Cuidado Natural» (Clarins). Conoce tu ritmo sexual, y se acerca a ella «despacio, despacio», proporcionando el tipo de cuidado tierno del que la mujer «está sedienta». Le quita el sentimiento de culpabilidad en el sexo y puede así «devolverle sentimientos puramente naturales». Dura largo tiempo, como el champú Empatía, el limpiador Suave, el jabón Caricia y el acondicionador Plenitud. Como por arte de magia, las necesidades sexuales de la mujer dejan de ser un problema. «Los momentos sensibles de tu piel no tienen por qué seguir siendo un problema... necesitas un cuidado sensible en todo tu cuerpo... es el órgano más delicado de tu cuerpo». Otros proponen «lubricar en abundancia y asegurar una máxima penetración...» además de «responder directamente a tus necesidades...», «Cuidado especial... donde y cuando lo necesites». «Tu sabes», dice la oración, «de qué buenas cosas tengo necesidad». La sexualidad femenina es así, después de todo. «A veces necesitas un poco de “Finesse” y a veces, mucho más.»

En otros estado de ánimo, algunas mujeres se sienten desgarradas por su anhelo de volver a someterse a la autoridad, hoy desaparecida, de Dios Padre. Un cierto tipo de publicidad alienta estas ansias de «disciplina». La mujer necesita «Dócil», una guía exigente que le enseñará a contener el caos de sus impulsos naturales. Se le ofrece una mano masculina para dominarla, justa pero misericordiosa, suave pero firme. Necesita «control extra para su piel difícil», como si fuese un niño con problemas. «Lo último que necesita una piel madura es que la traten como a un bebé.» Le dicen entonces que, si no aplica la disciplina, se arruinará la piel. «Exfoliar, Inundar. Hacerlo en forma tan agresiva como sea posible» (Clinique). Puede adquirir una «acción preventiva y correctiva» (Estée Lauder). Es el lenguaje de un reformatorio. «¿Piel perezosa? Sé firme con tu piel» (Clarins).

Porque ella se sacrifica por los demás, la mujer responde bien a sustancias cuya aureola deriva del sacrificio. Una sustancia en la que haya intervenido la muerte tiene que ser milagrosa. En un balneario suizo, se «sacrificaban» todas las semanas embriones de oveja para obtener sus «células frescas y vivas» (Una clienta se refiere a ello como «experiencia espiritual»). La placenta es un ingrediente habitual en las cremas faciales, al igual que las enzimas del estómago del cerdo.

También se les ha incorporado células de fetos de mamíferos. Orchidea ofrece «extracto de mama». En Gran Bretaña, Francia y Canadá se venden células de tejido fetal humano a los fabricantes de cremas faciales. Gerald McKnight cita casos de mujeres embrazadas de países pobres a las que se las ha persuadido para que aborten estando en su séptimo mes de gestación, por unos 200 dólares, con el objeto de satisfacer el lucrativo merado negro de tejido fetal para la industria cosmética. En la Rumanía del siglo XVII una condesa asesinaba a vírgenes campesinas para poder bañarse en su sangre y mantenerse joven. El vampiro nunca envejece.

El poder mágico de estos productos tiene también su origen en el sacrificio económico. «Los ingredientes en sí cuestan un 10% o menos de lo que pagan las mujeres por ellos», afirma una fuente de McKnight que trabajó para Helena Rubinstein y *Vogue*. «Esta monstruosa inflación de precios», dice, «está destinada a cubrir el costo de la publicidad y de la "investigación"». Se entiende que este precio tan alejado de la realidad es parte del atractivo de los santos óleos para las mujeres. El artículo de Linda Wells en *The New York Times*, «Precios por las nubes», observa que Estée Lauder aumentó sus precios por razones de prestigio. «Toda la industria presenta precios excesivos», dice un directivo de Revlon. «Los precios están desorbitados... Algunas compañías creen que la tendencia está declinando. Otras, entretanto, elevan sus precios cada vez hacia la estratosfera». Los precios elevados, en efecto, hacen que las mujeres compren aceites sagrados. Gerald McKnight pregunta: «Si el costo fuese abruptamente reducido... ¿se sentirían tan satisfechas al comprar el producto? Es este aspecto del negocio lo que confunde tanto a los sociólogos como a los psicólogos». Según un gráfico que presenta, el análisis de un producto de 7,50 dólares demuestra que sus ingredientes sólo valen 75 centavos. La venta de algo inexistente a un precio excesivo sin duda es un buen negocio.

La «desconcertante» atracción que estos altos precios ejercen sobre la mujer no debería sorprendernos. Los ingredientes no son lo más importante; ni siquiera su eficacia lo es. La lanolina o el derivado de petróleo que haya en el envase tienen tan poco interés como saber quién pintó la Sábana Santa de Turín. Lo que el alto precio de los santos óleos satisface es la necesidad de aliviar el sentimiento de culpa, la necesidad de hacer un sacrificio. De esta manera, la gran industria medieval de perdones e indulgencias reaparece hoy en día, en forma de pomada para el cuerpo.

El valor de las indulgencias es lo que vale para el penitente. Su primer significado psicológico reside, en cuánto está dispuesto a sacrificar

este penitente para obtener el perdón. Los vendedores, por su parte, amenazan con condenar a la mujer si no paga. No es siguiera un infierno de fealdad el que ella teme, sino un limbo lleno de culpabilidad. Si envejece sin haber usado la crema, se le dirá que la culpa fue suya por su poca disposición a hacer el sacrificio económico indicado. Un precio de cien dólares es una prueba concreta de su esfuerzo. Verdaderamente hizo lo que pudo. La fuerza de su motivación es el temor a sentirse culpable, no a envejecer.

El miedo a engordar

La preocupación de las mujeres por la edad o el peso, los dos aspectos más desarrollados de la religión, viene dada tanto por su consternación al ver su mente atrapada en lo ilógico, como por el «problema» en sí. Para inculcar el miedo a la edad, los Ritos utilizan métodos muy sutiles. Pero el miedo a la gordura realmente cambia la forma en que opera nuestro cerebro. Cuando las mujeres caen atrapadas en él, quedan sometidas a un clásico control de la mente.

La manía del peso no tendría mayor importancia, si la mujer se incorporase a esta doctrina voluntariamente y pudiese renunciar a ella cuando lo desease. La mentalidad de controlar el peso es alarmante porque recurre a técnicas que hacen a sus seguidoras adictas a un pensamiento sectario y distorsionan su sentido de la realidad. Mujeres que, al principio, eligieron iniciarse en esta doctrina no tardan en descubrir que no pueden dejarlo. Hay sólidas razones físicas y psicológicas para este fenómeno.

El culto del control de peso se inició como un fenómeno estadounidense. Se extendió luego, como otros cultos originados en los Estados Unidos, por ejemplo, el mormonismo y la Iglesia Unificada, a Europa occidental y al Tercer Mundo. Junto con muchos otros, prosperó en medio de la conmoción y de la falta de raíces que conforman el escenario de este país.

La mayoría de las religiones se basan en el milenarismo y en la lucha entre santo y pecador. Su actividad se centra en los preparativos de purificación para el Día del Juicio. Algunas formas de conducta habituales son el trance, la paranoia, la histeria y la posesión.

Su formación parte de las mismas condiciones que han determinado la historia reciente de las mujeres; a la rebelión activa sigue una retirada pasiva. Cuando el activismo se frustra, las mujeres se repliegan dentro de sí mismas. Los perseguidores de estos cultos bastados en el milenarismo, dice Willa Appel, son grupos «cuyas expectativas han

sufrido cambios bruscos», que se sienten «frustrados y confundidos». Intentan «recrear la realidad, establecer una identidad personal en situaciones en que la antigua visión del mundo ha perdido todo su significado». El milenarismo resulta atrayente para la gente marginada que carece de «una voz política, de una organización eficaz, que no tiene a su disposición medios estables e institucionalizados para corregir su situación». Estas religiones le ofrecen «ritos de iniciación en un sociedad en que las instituciones tradicionales parecen estar fracasando».

Ésta es la historia de las mujeres de hoy. Aunque en las últimas dos décadas muchas han alcanzado poder, este poder no se centra en su cuerpo de mujer como ocurría con los antiguos ritos de iniciación femenina. Las mujeres siguen careciendo de organizaciones, instituciones y de una voz colectiva. Cualquier mujer que trabaja en el medio urbano puede recitar una letanía de frustración y confusión y de nuevas expectativas. Habitan en una realidad que favorece a sectas, y sólo faltaba crearlas. La teología del control del peso llenaba esta necesidad. Presenta tres elementos estructurales, comunes a otros grupos.

Las sectas siguen una organización autoritaria. Las mujeres que siguen una dieta deben ajustarse a un régimen del que no pueden apartarse. «Pon un centinela, Señor, sobre mi boca y una puerta sobre mis labios.» El tono de los libros dietéticos y de los artículos sobre el tema es dogmático e inequívoco. Quienes dirigen el esfuerzo son expertos y siempre saben más que nadie.

Las sectas predican la renuncia al mundo. Cuando se sigue dieta, se renuncia al placer de la comida. Se evita comer fuera de casa, se limita la vida social y se huye de situaciones en las que podría aparecer la tentación. Los anoréxicos renuncian a casi todos los placeres terrenales, películas, chucherías, chistes, como extensión de la renuncia al alimento.

Los miembros de una secta creen que ellos solos han sido favorecidos con la verdad. Las mujeres obsesionadas por su peso ignoran los cumplidos por estar convencidas de que sólo ellas saben realmente lo repulsivo que es su cuerpo a la vista ajena. Los anoréxicos tienen la certeza de haberse embarcado en una búsqueda que nadie más puede comprender al mirarlos. La autoprivación encierra a las mujeres en una condescendencia satisfecha de sí misma y llena de crítica hace las otras mujeres menos devotas.

Los miembros de una secta, partiendo de estas tres convicciones

adquieren «una actitud de superioridad moral, de desprecio por las normas seculares, una rigidez de pensamiento y disminución de su interés por el individuo». Se atribuye un alto valor a la obediencia al grupo, y toda desviación es cuestionada. La «Belleza» es un derivado: ajustarse a la Doncella de Hierro es «bello». El objetivo de la ideología de la belleza, sobre el peso o la edad, es llegar a un pensamiento femenino rígido. Se insta a todos los miembros de la secta a romper todos sus lazos con el pasado. «Rompí todas mis fotografías de cuando era gorda. ¡Soy una nueva mujer!»

Las actividades tendentes a alterar la mente determinan qué grado de control es posible ejercer sobre la mente de los miembros. Existe una especie de instrucción en belleza que sigue las mismas líneas que las seis prácticas utilizadas por los cultos para alterar la conciencia: la oración, la meditación, el canto, los rituales en grupo, la confesión y el psicodrama.

Este círculo repetitivo de vigilancia cotidiana es la manera de alterar su mente en lo que a comida se refiere. Es bien sabido que eso las hace sentirse un poco locas. Lo que no se reconoce es que las vuelve, realmente, un poco locas. Cuando descubren que no pueden dejar de pensar en la comida, no están neuróticas, sino que tienen plena consciencia de sí mismas. Esta forma de repetición, inculcada por la fuerza en cualquiera que se sienta ya presionado, cambia realmente la manera de funcionar el cerebro. Los miembros de algunas sectas viven en un «estado hipnagógico». En ese estado están sujetos a impulsos agresivos o autodestructivos. La misma inducción al trance tiene lugar en la forma en que se enseña a las mujeres a pensar en la comida y en la gordura. Las aterran los mismos sentimientos irracionales. Se las lleva a creer que esa agresión y autodestrucción proviene de su interior, o que no es real. Es, sin embargo, una forma de locura auténtica, formal e impuesta desde afuera.

Cuando las mujeres atrapadas en esta doctrina abren los ojos por la mañana, realizan algo semejante a una plegaria, de pie sobre su balanza. Es como la salmodia de los mantras hipnóticos. La mujer mastica el alimento treinta y tres veces, bebe diez vasos de agua al día, apoya el tenedor entre bocado y bocado. «Piensa en sostener una moneda de diez centavos entre las nalgas... hazlo siempre que sea posible, caminando, mirando televisión, sentada a tu escritorio, conduciendo tu coche, haciendo cola en el Banco.» Se le aconseja flexionar los músculos vaginales mientras espera el ascensor, apretar las mandíbulas cuando cuelga la ropa lavada. El mantra de los mantras es su cálculo permanente, a lo largo del día, de calorías ingeridas y consumidas. El canto de las calorías, un suave canturreo,

es algo tan habitual en la mente de muchas mujeres que la práctica Hare Krishna de cantar siete horas al día sería un juego de niños para ellas. Como el canto de las calorías, un mantra se repite con un canal de la mente mientras el resto se ocupa de otras actividades.

La religión del peso enseña meditación. Existe la «dieta de un bol» que requiere sentarse en un rincón tranquilo, con un bol lleno de comida, y concentrarse en lo que se quiere comer y por qué. Se enseña a sostener, acariciar y palpar una naranja durante veinte minutos. Es necesario concentrar la mente en el estómago, asegurarse de que el «apetito» es en realidad «hambre». Las mujeres piensan en comida todo el tiempo porque, con gran habilidad, la doctrina insiste en que lo hagan. Muchas mujeres enfermizantemente gordas lo son como resultado de esta doctrina y no a pesar de ella.

Los rituales en grupo son numerosos. En clases de aerobic, parodias robóticas de movimientos exuberantes, se provoca un estado de excitación semejante al de una droga, pero inofensivo. Los Hare Krishna practican el mismo baile de saltos en busca del mismo efecto. Existe el ritual de emborracharse en grupo y luego purgarse, habitual en las universidades; el de humillarse, en el que las mujeres hojean revistas y cantan la conocida fórmula: «La odio. ¡Está tan delgada!». «Tú estás delgada.» «No, yo no. Tú.» «¿Qué estás diciendo?»

El psicodrama tiene lugar cuando se enfrenta a una mujer con autoridad. Es el caso de cuando la líder del grupo humilla públicamente a un miembro: «Vamos, vamos. Dinos qué has comido realmente». Puede tratarse de coacción por parte de un miembro de la propia familia, como el marido que dice a su mujer que le da vergüenza que lo vean con ella, o la madre que compra a su hija una camisa en Harrod's por cada kilo que pierde.

La confesión se desarrolla formalmente en los grupos que siguen dietas, que son células de ritual muy formalizadas y extensamente difundidas. La organización Weight Watchers cuenta con 8 millones de socias norteamericanas. Semanalmente dan 12.000 clases en todo Estados Unidos. Sus 135.000 socios británicos sostienen 3.000 sesiones al año y las clases comienzan a impartirse en el lugar de trabajo. En Holanda, un equipo de 200 instructores ofrece 450 cursos al año a 18.000 socios que pagan 17 florines a la semana. La organización Weight Watchers se ha extendido en 24 células internacionales en los últimos 25 años.

Estas seis técnicas para el cambio de actitud mental se aplican en la Iglesia de la Unificación, EST, Cienciología, Fuente de Vida y otras

sectas. Se desarrollan en un contexto de presión grupal con el fin de provocar un condicionamiento que desorganiza al individuo. La religión del peso aprovecha un volumen inagotable de oportunidades de ejercer presión grupal, por cuando la magnifican otros tipos de presión, como la institucional y la cultural. La Iglesia de la Unificación sólo posee *The Washington Times*, mientras que la religión del peso es origen de grandes ingresos para la mayoría de los medios de comunicación femenina.

Willa Appel explica que la necesidad de orden es fisiológica además de intelectual, y describe los experimentos sobre «privación de modelos» y la investigación sobre privación sensorial para establecer qué sucede a los miembros de una secta en el proceso de adoctrinamiento. Sin poder hallar sentido por una parte a una batería de entradas sensoriales de alto voltaje, y por otra parte privados de estímulos fundamentales, se desorientan, son menos capaces de seguir un pensamiento racional, son susceptibles a la persuasión y a la sugestión. Es así como reciben con beneplácito una fantasía cuyo argumento gira alrededor del «encuentro entre el Bien y el Mal para la última batalla». El aluvión de pornografía de la belleza es un factor novedoso y caótico en el ambiente y la privación de alimentos sufrida por la mayoría de las mujeres, una forma de privación sensorial. De esta manera el bien y el mal pasan a llamarse delgadez y gordura y luchan por el alma de la mujer.

Los cultos milenaristas pintan un mundo exterior peligroso y malévolo. Los Elegidos, como las bellezas, tienden a ser genéricos, sin rostro. Mientras aguardan el Gran Día, un sentido de pérdida del control lleva a los fieles a los ritos de purificación. A menudo sienten la necesidad de llegar al agotamiento. Un culto autóctono de los Estados Unidos, el llamado de los Bailarines Fantasmas, consistía en bailar hasta caer desvanecidos mientras esperaban el día del Juicio. Los rituales de aptitud física dejan hoy extenuadas a las mujeres. El mundo después del milenio es un paraíso igualmente incierto. «Cuando pierda estos kilos…» «Se supone», dice Appel al aludir a los cultos milenaristas, «que la simple idea de tener el poder tan largamente negado traerá la felicidad».

Igual que las mujeres sometidas a los Ritos de Belleza, los mesiánicos «rechazan aquellas partes de sí mismos que amenazan su nueva identidad». Los cultos clásicos y, dicho sea de paso, los Ritos, «ofrecen esperanza además de una maravillosa identidad nueva». Las personas vulnerables a los cultos tienen un sentido de la propia identidad disminuido, que es necesario reforzar «transformándose en una nueva persona en tantos aspectos como sea posible». Pocas mujeres tienen un

fuerte sentido de su identidad corporal y el concepto de belleza se trata de persuadirlas de que una máscara de belleza es preferible a su propia cara y su cuerpo. Otros factores determinantes son también la dependencia y la necesidad de ganarse la aprobación ajena. Los candidatos ideales para un lavado de cerebro son personas sin una organización y ocupación con la cual se sientan fuertemente identificados. Sienten gran compasión por «los desposeídos del mundo», los menos afortunados y explotados. La Revolución Cultural china enseñaba a los líderes de la «reeducación» que los mejores candidatos al lavado de cerebro mencionado eran quienes tenían un sentido altamente desarrollado de pecado y de culpa y la mayor vulnerabilidad frente a la autocrítica. Estos elementos indicarían que los individuos más vulnerables a los mensajes dirigidos a alterar el pensamiento son las mujeres trabajadoras de este final de siglo XX, las que luchan por obtener un lugar para sí mismas en un mundo turbulento.

Una semana junto a la Iglesia de la Unificación recuerda mucho lo que leemos en una revista femenina:

> El esfuerzo de intentar aprender la respuesta requerida para ganarse la aprobación, y la constante actividad no da tregua para descansar o reflexionar comienza a cobrarse su precio. Los participantes pierden sus facultades críticas. Agotados, emocionalmente, rendidos, les resulta más fácil no dejarse notar, callar y no provocar el enojo y la desaprobación del grupo formulando preguntas y expresando dudas en cuanto a la visión del mundo que se pretende hacerles abrazar.

Una vez dentro de la religión del peso nunca se está a solas. La cortesía que la gente dedica, como algo sobreentendido, al cuerpo del hombre no se aplica al de las mujeres. Éstas no gozan de intimidad física, de modo que cada fluctuación o cambio en su peso es objeto de observación, juicios y discusiones en público.

La planificación rígida de los cultos, y de la mente de la mujer concentrada en la comida o en el ejercicio, suprime toda elección. Durante el poco tiempo libre que le queda, está demasiado exhausta para dedicarlo a pensar. Se han alterado los estilos de nutrición y con ello ha disminuido la resistencia intelectual y emocional. Los «momentos de experiencia intensificados», como el instante en que es posible meterse dentro de un par de vaqueros de talla infantil, son las recompensas explícitas a todo ese trabajo duro y ese sacrificio.

Un tipo de presión muy fuerte sufrido por las personas que siguen

dietas es el «bombardeo de amor», una lluvia de elogios de parte de todos los que la rodean cuando «sigue el programa». La amenaza implícita en este bombardeo de amor es que es posible suspenderlo. Los cultos premian la sumisión con amor. Ganarse ese amor se vuelva cada vez más difícil y la conducta exigida es siempre de una sumisión mayor.

En cierto punto del culto de la «belleza», la dieta se convierte en anorexia, o bien en ingestión compulsiva de alimentos, bulimia. La recompensa y el castigo son el punto de apoyo de la vida del culto. «Ahora Satanás acecha en cada rincón, espera cualquier movimiento descuidado… tentando a lo que es sagrado.» Las mujeres con fijación por la comida ven tentaciones en todas partes. Como sus apetitos son satánicos, se encuentra en una trampa de la que no se puede escapar. «Al atribuir a Satanás deseos y pensamientos que el resto de la sociedad considera humanos y naturales, la secta coloca a sus miembros en un interminable cepo emocional e intelectual… obligados a rechazar todos sus sentimientos interiores de “egoísmo”… que inevitablemente aparecen.» Estar viva significa querer saciar el hambre, pero «la constante tensión de tener que rechazar aspectos innatos en una persona es agotadora. La misma humanidad del converso o conversa pone en peligro su pertenencia al grupo y su propia salvación». Una ex miembro de una secta comenta: «No existe ningún nivel de aceptación que le permita a una simplemente ser… Todo es Fundamental. Dios mío, si vas al lavabo, es Fundamental. Llegan a decirte que mientras estés sentada en el inodoro debes quedarte meditando. Y sientes el tremendo sentido de culpa de no haber podido quedarte concentrada todo el tiempo en lo Fundamental». Lo mismo puede decirse de la mujer sometida a los Ritos: la comida y el tamaño del cuerpo son Fundamentales. A veces los líderes piden a las mujeres que piensen en ellas en unos términos, y en unos momentos, que resultan igualmente degradantes.

Los cultos nacidos en los Estados Unidos, incluido el culto del peso, han «transformado la pasividad, el ansia espiritual y del deseo de orden en un negocio lucrativo especializado en una rápida capitalización».

La desprogramación intenta convencer al miembro de la secta de lo que ha vivido es «real y poderoso», pero al mismo tiempo le asegura que la locura provenía del exterior. Tal enfoque es también válido para el culto que nos ocupa. Las mujeres pueden desprogramarse sólo cuando ven su locura como impuesta desde afuera de sí mismas, y cuando adquieren conciencia de que su mente ha sido afectada mediante tretas psicológicas baratas. Si comprenden que han sido

sometidas a un adoctrinamiento religioso que echa mano de técnicas bien conocidas para el lavado de cerebro, podrán llegar a sentir lástima de sí mismas en lugar de odio y ver dónde y cómo se logró alterar su mente.

Efecto social de la nueva religión

La consecuencia internacional de haber adoctrinado a mujeres recientemente enunciadas en los Ritos del mito de la belleza es que ahora están políticamente sedadas. Tres elementos utilizados por los Ritos, el hambre, el temor a un futuro caótico y la gratitud, han sido utilizados en el mundo entero por líderes políticos que desean mantener una población humillada en un estado de sometimiento y docilidad.

Los Ritos mantienen este estado de adormecimiento mediante la promesa reiterada del cumplimiento de sus aspiraciones en un futuro que no llega nunca.

La religión dice que la mujer que no es dueña de su belleza, así como antiguamente se afirmaba que su sexualidad pertenecía a otros, es culpable de una transgresión cuando profana «su» belleza con sustancias impuras, comidas suculentas, lociones baratas. Lo que es hermosos en su cuerpo no le pertenece a ella, sino a Dios. En cambio, lo que es feo es exclusivamente suyo, prueba de su pecado, merecedor de cualquier afrenta. Debe tocarse la propia piel con reverencia, ya que la «belleza» de una cara juvenil y suave es un don divino. Pero puede retorcer, golpear electrocutar sus muslos de mujer, que son la prueba de sus costumbres pródigas.

Así se impide que la mujer habite del todo su cuerpo y se la mantiene siempre en espera de una apoteosis que no llegará jamás. Nunca se sentirá cómoda en su carne ni en el presente, esos dos puntos tan peligrosos desde el punto de vista erótico y político. Lamenta el pasado, pero una vez pacificada, teme el futuro.

La postergación es la piedra fundamental de las religiones que requieren una población obediente de fieles. La Iglesia medieval se refería al milenio. El practicante soporta cualquier injusticia, opresión o abuso, porque cuando muera podrá comer torta en el cielo. Las religiones centradas en la postergación han sido territorio de las mujeres porque las mantienen absortas en una vida que no es la presente y les proporcionan versiones en miniatura del poder mientras se mantiene intacto el poder real. El Estado siempre las estimuló en tales actividades, desde los Ministerios de Eleusis dominados por las mujeres en la antigua Roma y la veneración de la Virgen María en la Edad Media hasta los Ritos de la Belleza de hoy.

Antes de la reacción encabezada por el mito de la belleza este estado de postergación, de estar siempre preparada, tenía por lo menos una

orientación humana. La mujer siempre estaba preparada para que la viese el hombre que había de rescatarla. El matrimonio era la consumación y, más tarde, gozaba de un estatus en la comunidad a través del marido y los hijos. La meta de estar preparada, por represiva que fuese, se alcanzaría por lo menos en esta vida y con este cuerpo.

Actualmente se multiplica el número de mujeres para las cuales la postergación significa que en esta vida no tendrán liberación. La nueva religión es más sombría aún que las antiguas, en las que los creyentes sabían que la muerte les traía la liberación y el cumplimiento de sus aspiraciones. En los cultos actuales les está prohibido imaginar ninguna libertad en esta vida o en la próxima. La vida de estas mujeres es una prueba interminable, una ciénaga de tentación y sufrimiento, con los cuales es necesario luchar eternamente. «Una vez que hayas perdido ese peso debes aceptar el hecho de que vigilarte es una obligación para el resto de tu vida.» Esta vida, según descubren, es un valle de lágrimas con implicaciones para esta vida misma. La mujer que muere más delgada, y con menos arrugas, gana.

Las vírgenes prudentes del Nuevo Testamento conservaron su aceite para el Novio, pero las mujeres locas lo quemaron. Las mujeres consideran que deben escatimar su placer en nombre de la belleza. Las anoréxicas temen perder el margen de gratificación acumulado en el espacio debajo del peso «normal». Otras acumulan productos de belleza robados en las grandes tiendas, además de dinero, alimentos o premios. Creen que en cualquier momento las llamarán a rendir cuentas y que se comprobará que están en falta, por lo que se las lanzará a las tinieblas: una triste vejez, soledad, falta de afecto.

En La cultura del narcisismo, Christopher Lash describe cómo la desesperación frente al futuro provoca una fijación en la juventud. Las mujeres temen sus propios futuros, sus necesidades. Vivir en el temor del propio cuerpo y la propia vida no es vivir. Las consiguientes neurosis de miedo a vivir se observan en todas partes. Existen en esas mujeres que se buscarán un amante, irán a Nepal, aprenderán a volar en ala delta, nadarán desnudas o exigirán un aumento de sueldo «cuando pierdan unos kilos», pero en el eterno «mientras tanto» mantienen su voto de castidad a su autoprivación. Existen en las mujeres que nunca disfrutan de una comida, que nunca se sienten lo bastante delgadas, o que nunca consideran que la ocasión es bastante especial para bajar la guardia y disfrutar del momento. Existen en las mujeres cuyo horror a las arrugas es tan grande que las líneas que les rodean los párpados brillan de aceite sagrado, ya sea en una fiesta o

cuando hacen el amor. Esperan eternamente la llegada del príncipe azul, el novio que dignificará y compensará su esfuerzo, cuya presencia las ayudará a vivir y utilizar sus caras y cuerpos «protegidos». El precio es demasiado alto para permitirles encender la mecha, quemar el propio aceite hasta la última gota y vivir bajo su propia luz y en su propio tiempo.

Cuando los Ritos instalan estas neurosis de temor a la vida, provocan en ellas una paralización de todo lo que implica su nueva libertad, pues de poco vale esta libertad si ganan el mundo, pero sólo para temerse a sí mismas.

V. Sexualidad

El sentimiento de culpa de origen religioso reprime la sexualidad de la mujer. El investigador sobre temas sexuales Kinsey comprobó, según una cita de Debbie Taylor, que «las creencias religiosas tenían poco o ningún efecto sobre el goce sexual del hombre, pero eran capaces, en cambio, de cercenar con la misma eficacia que un cuchillo para circuncisión el placer que la mujer podría haber experimentado». Las religiones patriarcales más antiguas siempre trataron, desde la clitoridectomía de los egipcios, la vara vaginal de bambú y el escudo de los sudaneses hasta el cinturón de castidad en Alemania, de «controlar a todas las mujeres por medio de una técnica que delata la determinación consciente de manejar el "problema" de la sexualidad femenina destruyéndola totalmente». La nueva religión de la belleza continúa esta tradición.

Desde el punto de vista técnico, los órganos sexuales femeninos son lo que las religiones de la antigüedad temían como «la vaina insaciable». Capaz de un múltiple orgasmo, de un orgasmo continuado, de un intenso y poderoso orgasmo clitoridiano, un orgasmo centrado en la vagina que resulta emocionalmente avasallador, de un orgasmo provocado por caricias en el pecho y de una infinita variedad de todos ellos combinados, la capacidad de la mujer en cuanto al goce sexual es teóricamente inagotable.

Sin embargo, esta prodigiosa capacidad sexual no se refleja en su actual experiencia sexual. Efectivamente, los datos de los estudios realizados señalan que la revolución sexual ha dejado a muchas mujeres encalladas, lejos de poder satisfacer plenamente su capacidad de sentir placer. En realidad, el mito de la belleza alcanzó a la mujer simultáneamente a la revolución sexual, y esta reacción las atacó para lograr una supresión generalizada de la auténtica sexualidad femenina. Cuando estaba ya casi liberada por la divulgación de los métodos anticonceptivos, el aborto legalizado y la desaparición de la doble moralidad sexual, una nueva represión se produjo rápidamente, esta vez a cargo de la nueva fuerza social de la pornografía y el masoquismo de la belleza. Ambos restablecieron el sentimiento de culpa, la vergüenza y el dolor en la experiencia sexual de las mujeres.

El impulso sexual es moldeado por la sociedad. Hasta los animales deben aprender a tener una conducta sexual. «Es el aprendizaje, no el instinto, como se creyó alguna vez, el que inspira una conducta reproductiva eficaz», afirma Ann Oakley, señalando que los monos criados en laboratorios no tienen aptitud sexual y que los seres

humanos también deben aprender de los datos exteriores cómo actuar sexualmente. Los datos exteriores de la pornografía y el sadomasoquismo de la belleza recrean la sexualidad femenina para darle una forma más manejable de la que tendría si fuera libre de verdad.

La pornografía de la belleza nos presenta escenas como ésta: la mujer perfeccionada yace de espaldas, apretando la pelvis hacia abajo. Tiene la espalda arqueada, la boca abierta, los ojos cerrados, los pezones erectos, y una fina película de humedad cubre su piel dorada. La posición puede describirse como «femenina máxima», la etapa de la excitación que precede inmediatamente el orgasmo. En la página siguiente se ofrece otra versión, la boca abierta, los ojos cerrados, la lengua pronta a lamer el extremo rosado de un cilindro. En la que sigue, otra mujer está arrodillada en la arena, las manos apoyadas también, las nalgas levantadas, la cara apretada contra una toalla, la boca abierta, los ojos cerrados. La lectora está hojeando una revista femenina cualquiera. En un anuncio de zapatos Reebok verá el torso desnudo de una mujer que aparta la mirada. En un anuncio de lencería Lily of France hay un torso desnudo de mujer con los ojos cerrados. Para el perfume Opium, una mujer desnuda, con la espalda y las nalgas descubiertas, cae boca abajo del borde de una cama. Para las duchas Tritón, una mujer desnuda con la espalda arqueada levanta los brazos hacia arriba. En un anuncio de prendas deportivas Jogbra, un torso femenino desnudo aparece cortado a la altura del cuello. En estas imágenes, cuando la cara es visible, no tiene más expresión que un cierto rictus de éxtasis. La lectora capta el mensaje. Si desea sentir así, deberá tener ese mismo aspecto.

En el tema de la belleza, el sadomasoquismo es diferente. En un anuncio de perfume Obsession, un hombre musculoso carga sobre su hombro el cuerpo desnudo e inerte de una mujer. En otro de un perfume de Hermès, una rubia vestida de cuero negro cuelga boca abajo, agitándose, con las muñecas atadas con cadenas y la boca vendada. En un anuncio de casetes Fuji, un robot femenino con cuerpo de modelo, pero de acero, flota dejando ver sus genitales, los tobillos atornillados, y la cara, una máscara de hierro con aberturas para señalar los ojos y la boca. En otro anuncio de Erno Laszlo de productos para la piel, una mujer sentada pide limosna, tienen las muñecas atadas con una correa de cuero que también ata a su perro, sentado en la misma posición pidiendo limosna. En un anuncio de cigarrillos Newport en los Estados Unidos, dos hombres empujan a una mujer y a otra le tiran del pelo. Las dos mujeres gritan. En otro de la misma marca, un hombre empuja hacia abajo la cabeza de una mujer para que su boca muerda un trozo de manguera abierta que él

sostiene. Los ojos de la mujer muestran su terror. En un anuncio de Espirit cuatro hombres blancos con la cabeza cubierta por fundas llevan a una mujer negra semidesnuda. En otro de automóviles Saab se ve la parte superior de los muslos de una modelo y la siguiente leyenda: «No te preocupes. Por debajo es feo.» En una composición gráfica del *Observer* cinco hombres vestidos de negro amenazan a una modelo, cuyo rostros tiene una expresión de horror, con tijeras y barras de hierro al rojo. En las revistas *Tatler, Harper's* y *Queen* aparecen «secuencias sobre violación, con mujeres golpeadas, atadas y secuestradas, pero todas inmaculadamente vestidas y artísticamente fotografiadas». En otra composición publicitaria para *Vogue* de Chris von Wagenheim, unos perros Doberman atacan a una modelo. Las sandalias metálicas del diseñador Geoffrey Beene aparecen contra un fondo de accesorios sado-maso. Una mujer deduce de estas imágenes que, por firme que se muestre en este mundo, lo que la hace deseable es su sometimiento privado al control.

Todas las imágenes acompañan la evolución de la historia. La sexualidad sigue a la moda, que a su vez sigue a la política. Durante la década *hippy* de los sesenta, la cultura popular adoptó el amor como palabra clave del momento, con el sexo como su expresión. La sensualidad, la frivolidad y el espíritu lúdico estaban de moda. Los hombres se dejaban crecer el pelo y se pintaban, destacando un lado femenino que podrían permitirse explorar porque las mujeres no pensaban aún en su propia libertad. Aunque se apropiaban de los placeres de las chicas, la fiesta aún era para los chicos.

Hasta mediados de los sesenta, la pornografía pertenecía a la experiencia del hombre. El contacto de las mujeres con ella se limitaba a las portadas de las revistas masculinas que veían en los quioscos. En los setenta, en cambio, la pornografía se extendió hacia el medio cultural femenino. A medida que aumentaba la libertad de las mujeres, también aumentaba la pornografía. La revista *Playboy* apareció por primera vez en 1938. La píldora empezó a venderse en los Estados Unidos en 1960, y la Asociación Británica de Planificación Familiar la aprobó en 1961. La Ley del Aborto británica se aprobó en 1967; las leyes de censura en los Estados Unidos perdieron su rigor en el 1969, y en 1973 concedió a las mujeres el aborto legalizado, como resultado del juicio Roe contra Wade. Las mujeres suecas ganaron el mismo derecho en 1975.

Los años setenta marcan el ingreso brusco de las mujeres en puestos de poder. A medida que se incorporaban a la masa laboral y se veían dentro del movimiento feminista, la naturaleza de sus aspiraciones se convirtió en una cuestión seria y en una amenaza igualmente seria. En

la cultura popular se abandonó el estilo de sexualidad de la década anterior, ya que permitirles una sexualidad de esa clase, expresada con alegría, sensualidad, travesura, sin violencia ni vergüenza y sin temor a las consecuencias podría provocar el derrumbe total de las instituciones, ya bastante sacudidas desde que las mujeres cambiaron simplemente sus roles *públicos*.

En la década en que las mujeres dan un contenido político a la feminidad, la cultura popular decidió que la sexualidad intimista y tierna era aburrida. El anonimato en las relaciones pasó a ser el afrodisíaco del momento: Mr. Goodbar y la relación relámpago de una noche. Si las mujeres iban a gozar de libertad sexual y de una cierta medida de poder material, era mejor para ellas aprender a fornicar como hombres. El desalmado desenfreno de un goce sintético con un fondo de música repetitiva hacía de estos temas de discoteca el medio perfecto para tener éxito con un desconocido. Los desnudos con prendas de cuero de Helmut Newton aparecieron en la revista *Vogue* y las preadolescentes desnudas de David Hamilton se vendían en las librerías. Se desnudó del todo el cuerpo femenino ideal y se lo exhibió en todas partes, con lo cual se daba a la mujer los detalles gráficos de la perfección con los cuales compararse y se introdujo una nueva experiencia para ella, el ansioso y minucioso escrutinio del cuerpo. No tardó la perfección en convertirse en la «armadura sexual» de las mujeres, siendo aún más urgente en la década de los ochenta, cuando el sida las llevó a suponer que solamente una belleza sobrehumana podría hacer que un hombre arriesgase su vida por el sexo.

Más profundo que la piel

En un intercambio de imágenes, los esquemas típicos de la pornografía sofisticada comenzaron a utilizarse para vender productos a las mujeres, haciendo así que el criterio de la belleza que siguió a esta tendencia fuese enteramente distinto de todo lo anterior. Ver una cara cuya expresión anticipa el orgasmo, aunque la expresión sea fingida, tiene un alto poder de venta. Como no disponían de otra imágenes sexuales, las mujeres llegaron a creer que era necesario tener esa cara y ese cuerpo para alcanzar el éxtasis.

En la cultura femenina se introdujeron dos aspectos procedentes de la pornografía dura: uno se «limita» a cosificar, y el otro es violento. La ley contra la obscenidad se basa en la idea de que podemos evitar ver aquello que nos ofende. Pero los términos habituales en que se discute la pornografía no sirven para tratar esta cuestión. El problema aquí no es la obscenidad o la desnudez ni tampoco esta industria exclusiva para hombres en un mundo de adultos. El problema es la forma en que la «belleza» adopta las convenciones pornográficas en la publicidad, la fotografía de modas, la televisión por cable e incluso los tebeos, para afectar a las mujeres y a los niños. Los hombres pueden optar por no entrar en un comercio que venda pornografía, pero las mujeres y los niños no pueden optar evitar las imágenes sexualmente violentas o la pornografía presentada como belleza que los sigue hasta el seno de sus hogares.

Tampoco el problema esencial está en el carácter explícito de la sexualidad. Al contrario, nos vendría muy bien, siempre que ser explícitos significase ser honestos e instructivos. Si se contase con todo un espectro de imágenes eróticas de hombres y mujeres de verdad en contextos de confianza sexual, probablemente la pornografía de la belleza no haría daño a nadie. Los defensores de la pornografía basan su postura en la idea de la libertad de expresión, considerando la pornografía como un lenguaje. Siguiendo tal argumento, hay algo muy sorprendente en cuanto a la presentación de cuerpos de mujeres: su representación es objeto de una fuerte censura. Como vemos tantas versiones de la Doncella de Hierro desnuda, se pretende hacernos creer que nuestra cultura promueve la exhibición de la sexualidad femenina. En realidad no muestra casi nada. Censura las representaciones del cuerpo femenino de manera que sólo sean visibles las versiones oficiales. En lugar de ver imágenes del deseo femeninas dirigidas a este deseo femenino, vemos imitaciones de maniquíes vivas obligadas a hacer contorsiones y muecas, inmovilizadas e incómodas bajo la intensa iluminación, piezas

profesionalmente elaboradas que revelan muy poco sobre la sexualidad femenina. En los Estados Unidos y en Gran Bretaña, donde no hay una tradición de desnudez exhibida en público, rara vez las mujeres, y casi nunca fuera de un contexto competitivo, ven qué aspecto tienen las otras mujeres desnudas. Lo único que ven son productos humanoides basados más o menos aproximadamente en el cuerpo de la mujer.

La pornografía de la belleza y el sadomasoquismo no son explícitos, sino deshonestos. La primera afirma que la «belleza» de la mujer es su sexualidad, cuando la verdad es lo contrario. El sadomasoquismo afirma que a las mujeres les gusta que las fuercen y las violen, y que la violencia sexual y la violación están de actualidad, son elegantes y hermosas.

A mediados de los setenta, el movimiento *punk* comenzó a glorificar el sadomasoquismo: las adolescentes se clavaban imperdibles en las orejas, se pintaban los labios de color azul hematoma y se desgarraban la ropa para simular batalla sexual. Al final de la década, esta tendencia ascendió desde la calle hacia la alta moda: cuero negro con clavos, muñequeras y púas. Las modelos tomaron de la pornografía violenta la mirada furiosa y la mueca de la mujer violada. Los estilos sexuales «a la vainilla», los del amor y la no violencia se consideraron anticuados.

En la década de los ochenta, cuando muchas mujeres se diplomaban con títulos universitarios, la indignación contra ellas resonaba en las ondas del espacio. Vimos así un increíble recrudecimiento de la representación sexual violenta en la cual la víctima era siempre mujer. En 1979 Jack Sullivan identificó en *The New York Times* «un género popular de *thriller* que trata de crear excitación mediante multiplicación de cadáveres de mujeres». Según Jane Caputi, que denomina esta época moderna la «era del crimen sexual», las representaciones fílmicas de asesinos sexuales y durante la década de los ochenta: Vestida para matar, Terciopelo azul, Nueve semanas y media, En la cuerda floja, Doble cuerpo, la lista es interminable. Durante este década se perfeccionaron las tomas «en primera persona», o «subjetivas», tomas que estimulaban la identificación con el asesino o violador. En 1981 los críticos cinematográficos de Estados Unidos Siskel y Ebert denunciaron las películas sobre «mujeres en peligro» como una reacción antifeminista. Pocos años más tarde, elogiaban una película porque «nos» permite «saber realmente qué se siente cuando se maltrata a las mujeres». El cómic *Underground Zap* mostraba, durante los setenta, a niños que eran violados a punta de pistola. En 1989, el suplemento dominical de *The New York Times*

comentaba el sadomasoquismo que se podía ver en los tebeos infantiles, y la revista británica *Viz* comenzó a degradar sexualmente a las mujeres a través de la tira cómica Gordas cobardes. El sexo ya no era sexo si no contenía violencia. Saturado de imágenes, el público perdió rápidamente todo interés en la desnudez común y saludable. Mucho más excitante era la imagen que proporcionaba al lector una perspectiva de *voyeur* masculino sobre las desigualdades del poder: la dominación masculina y el sometimiento femenino. La desnudez se volvió inhumana, «perfeccionada» hasta perder toda familiaridad, insólita en su semejanza a una escultura de plástico y, con mucha frecuencia, objeto de degradación o violación.

El aumento de las imágenes sexuales violentas se nutría del enojo de los hombres y del sentimiento de culpa de las mujeres por su acceso al poder. En la cultura de los años cincuenta, las mujeres hermosas eran seducidas o se casaban; en la cultura actual se las viola. Aunque no busquemos material pornográfico, es frecuente ver una violación donde debería haber sexo. Como la mayoría de las mujeres reprimen su conciencia de este hecho para sobrevivir y seguir teniendo la atención de los hombres, recordar su situación puede exigir mucha concentración. En Francia, por ejemplo, la televisión mostró 15 violaciones en una semana. El efecto sobre la audiencia es muy diferente del de la contemplación de asesinatos, por ejemplo. Es poco probable que una persona de cada cuatro sea asesinada. Pero aun cuando eluda la pornografía, al contemplar programas generales, obras dramáticas de nivel medio, películas y televisión, la mujeres aprenderá cómo es un intento de violación en detalle y de cerca.

Se afirma que las fantasías sobre violación en nuestra cultura son benignas, y aun beneficiosas, cuando se les resta importancia con lo que Catherine MacKinnon caracteriza como «el modelo hidráulico» de la sexualidad masculina (permite liberar tensión). Se entiende que los hombres sienten un interés inofensivo por la fantasía; lo mismo les sucede a las mujeres (a pesar de que muchas de ellas pueden tener estas fantasías por una razón psicológica tan poco sutil como que esta imagen de sexualidad es el que más se les ofrece para contemplar). Lo que sucede actualmente, en cambio, es que hombres y mujeres cuya historia psicosexual no los conduciría a erotizar la violencia sexual están aprendiendo a interesarse en ella a través de tales escenas. Dicho de otro modo, nuestra cultura presenta la actividad sexual como una violación para que hombres y mujeres se interesen en ello.

Pornografía y sadomasoquismo en la belleza

Las imágenes pueden actuar como una poderosa fuerza social para prevenir o bien desafiar esta orientación. La estructura de poder se sustenta en una ola de imágenes sexuales hostiles y violentas, pero a la vez la amenaza la representación gráfica del erotismo mutuo o del deseo femenino. En la legislación sobre obscenidad es posible observar esta imposición de la pornografía y el sadomasoquismo de la belleza desde arriba hacia abajo. Hemos visto que el lenguaje del cuerpo desnudo y la cara de las mujeres es objeto de censura. También se aplica ésta al tipo de imagen e información cuya circulación se permite. La violencia sexual contra las mujeres no es obscena, mientras que la curiosidad sexual femenina sí lo es. Las leyes británicas y canadienses interpretan como obscenidad la presencia de un pene erecto, no de vulvas y senos. Y una erección, escribe Susan G. Cole en *Pornography and the Sex Crisis* no es, «según la moral de los Estados Unidos... el tipo de cosa que pueda exhibirse en los quioscos al lado de la revista *Time*». Masters y Johnson, cuando la revista *Playboy* les pidió un comentario sobre el tamaño medio de un pene, censuraron sus propias observaciones. «Se negaron categóricamente», preocupados por un «posible efecto negativo sobre los lectores de *Playboy* y por que podría inducir a todo el mundo a pasearse con una vara de medir». En Suecia, donde la venta de pornografía violentamente misógina se defiende invocando la libertad de expresión, «cuando apareció una revista con un hombre desnudo en la página doble central (las autoridades) retiraron los ejemplares de los puestos de revistas en cuestión de horas». La revista femenina *Spare Rib* fue prohibida en Irlanda por mostrar cómo examinarse las mamas. La Fundación Helena Rubinstein en los Estados Unidos retiró su apoyo a una conferencia de mujeres en Barnard College porque una revista femenina mostraba dentro de la universidad imágenes «explícitas» de mujeres. La Fundación Nacional de las Artes fue atacada por el Congreso por una exposición en la que se veían penes erectos. El Proyecto P de la Policía de Ontario sostuvo que las fotografías de mujeres desnudas atadas, golpeadas y sangrando, destinadas a fines sexuales, no eran obscenas por no haber en ellas penes en estado de erección, pero en cambio prohibió la exhibición de una película canadiense sobre temas femeninos por mostrar una toma de cinco segundos de un pene erecto al que se le colocaba un preservativo. En las estaciones de metro de Nueva York los agentes de policía confiscaron carteles hechos a mano contra el sida que enseñaban a la gente analfabeta cómo colocarse un preservativo. En cambio dejaron

intactos otros de la revista *Penthouse* que estaban al lado. Si dejamos de lado la influencia de las imágenes sexuales violentas, sigue siendo evidente que hay un doble criterio de evaluación en cuanto a la desnudez de hombres y mujeres en una cultura general en la que se refuerzan las desigualdades del poder.

La práctica habitual de mostrar pechos, por ejemplo, cuando mostrar penes sería inconcebible, parece algo trivial, porque los pechos no son tan «desnudos» como el pene o la vagina, y la idea de exhibir a medias a los hombres del mismo modo no merece discutirse porque los hombres no tienen partes del cuerpo comparables a los senos. Pero si pensamos en que los genitales de las mujeres están ocultos, en contraste con los del hombre, y los pechos de las mujeres están físicamente expuestos, en contraste con el pecho del hombre, nuestra visión puede ser diferente. Los pechos de la mujer corresponden al pene del hombre como la «flor sexual» vulnerable sobre el cuerpo, y mostrar los primeros y ocultar este último hace vulnerable en nuestra cultura el cuerpo de la mujer, mientras que el del hombre está protegido. En una visión transcultural, la desigualdad en la desnudez expresa relaciones de poder. En las cárceles, a los reclusos se los desnuda totalmente en presencia de sus guardianes vestidos. Los esclavos negros jóvenes servían la mesa desnudos a sus bien vestidos amos blancos. Vivir en una cultura en la que las mujeres están habitualmente desnudas, pero los hombres no lo están implica un aprendizaje de la desigualdad en aspectos menores a lo largo del día. Así pues, si estamos de acuerdo en que la representación gráfica sexual es en realidad un lenguaje, es obviamente un lenguaje intensamente censurado para proteger la confianza sexual del hombre a la vez que se socava la de la mujer.

¿Cómo actúa?

Al intervenir en nuestras fantasías, estas imágenes institucionalizan la alienación heterosexual. «Tan poderosa es la pornografía y tan fácilmente se introduce en la publicidad comercial… que muchas mujeres encuentras sus propias fantasías y sus propias imágenes también distorsionadas», escribe Debbie Taylor en *Women: a World Report*. La ficción romántica, señala, «rara vez es sexualmente explícita, y tiende a esfumarse lentamente… cuando dos amantes se besan en los labios por primera vez». La misma evasión sexual aparece en casi toda la cultura popular cuando se relata una historia de amor. Tan raro resulta ver sexualidad explícita en el contexto del amor y la intimidad en la pantalla, que nuestra cultura trata la sexualidad de la ternura como si fuese desviación o depravación, al mismo tiempo que acoge la sexualidad violenta y anónima como normal y saludable. «Esto deja vacío», dice, «el escenario sexual de hombres y mujeres, de modo que las imágenes pornográficas están en libertad de ocupar los papeles estelares en dicho escenario. Los dos protagonistas son el sádico, representado por el hombre, y la masoquista, a cargo de la mujer».

Hasta hace poco, la fantasía sexual estaba plagada de imágenes realmente vistas o sensaciones realmente sentidas, y la imaginación privada se alimentaba de sugerencias del mundo real; era una fuente de sueños desde la cual flotaban imágenes sin volumen, transformadas por la imaginación, que preparaba a los niños, dándoles algunas pistas sobre el cuerpo de la otra gente, a ser adultos, a entrar en el mundo de la sexualidad adulta y a encontrarse con un amante cara a cara. Hombres y mujeres, cuando son afortunados, logran mantener el camino abierto hacia ese mundo y lo pueblan con escenas e imágenes que salen a su encuentro a medida que crecen, creadas mediante un contacto de sus cuerpos con otros cuerpos. Eligen así pareja partiendo del olor particular de una prenda, una manera de caminar, el contorno de unos labios, porque todo ello es parte de su interior imaginado y su recuerdo resuena en el tiempo y en lo más hondo de su ser para evocar la infancia y la imaginación de los primeros años de adolescencia. La fantasía sexual en un hombre afortunado no contiene robots, ni hay depredadores en la de una mujer afortunada. Así estos dos seres llegan a ser adultos sin violencia en su jardín.

La protección de la propia fantasía resulta cada vez más difícil, especialmente para los jóvenes. La campaña de la belleza puebla de «bellos» fantasmas desnudos el espacio de la fantasía de la mujer, con los cuales invade todo su territorio y convierte un íntimo espacio

privado en un plató cinematográfico en el cual se exhiben famosos desconocidos que no tienen nada que ver con ella. La misión del mito de la belleza de los ochenta consistió en poblar de violencia el interior sexual de hombres y mujeres, colocando una Doncella de Hierro elegantemente violada en lo más recóndito de nuestro ser y destruyendo el fértil suelo de la imaginación infantil con visiones tan cáusticas que la han convertido en un yermo. Por el momento, el mito está ganando esta campaña contra nuestra individualidad sexual, contra esas imágenes personales que nos conmueven especialmente y cuyo poder de evocación proviene de nuestra primera infancia, de nuestra torpe adolescencia, de nuestros primeros amores. Se asegura, así, de que hombres y mujeres, recién liberados para encontrarse, no lleguen a hacerlo.

Los debates habituales en torno a la pornografía se concentran en los hombres y en cómo influye en las actitudes de éstos hacia las mujeres. Sin embargo, su efecto paralelo sobre las mujeres es, por lo menos, de igual importancia. ¿Cómo actúan estas imágenes pornográficas sobre las actitudes sexuales de las mujeres frente a sí mismas? Si, como se ha demostrado en varios estudios, la pornografía suave y no violenta hace que los hombres tiendan a creer menos en las víctimas de una violación; si su influencia insensibilizadora dura largo tiempo; si las películas sexualmente violentas trivializan progresivamente la severidad de la violencia dirigida a las mujeres que ellos ven, y si, por último, sólo la violencia contra las mujeres es percibida por ellos como erótica, ¿no cabe prever que una imaginería paralela dirigida a las mujeres les haga lo mismo a ellas en relación consigo mismas? La evidencia nos prueba que así es. Wendy Stock observó que la exposición de las mujeres a imágenes relacionadas con la violación aumentaba la excitación de éstas frente a ella y acrecentaba sus fantasías sobre el tema (aunque no las convencía en cuanto a que les agradase la fuerza en la actividad sexual). Carol Kafka estableció que las mujeres estudiadas por ella «se alteraban cada vez menos ante la violencia (contra las mujeres) cuanto más la contemplaban, y cuanto más material se mostraba, menos violento lo encontraban».

En un estudio sobre mujeres estadounidenses, el doctor E. Hariton comprobó que el 49% tenía fantasías sexuales de sometimiento. Actualmente está surgiendo una legislación originada en la propagación cultural de las fantasías de violación. En 1989, una demanda presentada por una mujer violada por su fisioterapeuta fue rechazada con el argumento de que la demandante había imaginado la violación y que tales fantasías son habituales en las mujeres. La representación sexual violenta está redefiniendo la idea de la sexualidad en el medio legal. Cuando una joven presentó cargos

contra un agente de policía por haberla violado, los hematomas y contusiones de su cuerpo y la marca del bastón policial apoyado contra su garganta eran, según se dictaminó, lógicas en una «refriega amorosa» voluntaria.

El debate continúa en cuanto a si la pornografía clásica crea violencia en los hombres hacia las mujeres. Lo que sí está claro es que la pornografía relacionada con el tema de la belleza vuelve a las mujeres violentas contra sí mismas. La evidencia es abundante. Aquí un cirujano plástico estira la piel cortada de un pecho. Allá otro se apoya con todo su peso en el torso de otra mujer para romper acumulaciones de siliconas con sus manos. Existe el cadáver que camina. Existe la mujer que vomita sangre.

Batalla sexual: beneficio y glamour

¿Por qué esta lluvia de imágenes en este momento? No surgen simplemente como una respuesta del mercado a deseos profundos e innatos y arraigados. Surgen también con el fin de establecer una agenda sexual y de crear sus propias versiones del deseo. La forma de inculcar valores sociales, dice la historiadora Susan G. Cole, consiste en erotizarlos. Las imágenes que convierten a las mujeres en objetos o erotizan su degradación contribuyen a contrarrestar el reciente movimiento femenino hacia la autoafirmación. Son bienvenidas y se las considera necesarias porque los sexos se han aproximado demasiado para el gusto de los poderosos. Estos actúan, pues, para mantener separados a hombres y mujeres, allí done las restricciones de la religión, la ley y la economía se han debilitado demasiado como para proseguir alimentando la guerra de los sexos.

Antes del movimiento feminista, el amor heterosexual estaba minado por el hecho de que las mujeres dependían económicamente de los hombres. El amor libremente brindado entre iguales es el fruto del movimiento feminista, una posibilidad histórica muy reciente, y como tal, muy frágil. También es el enemigo de esta sociedad.

Si los hombres y las mujeres estableciesen masivamente lazos de igualdad, no violencia y sexualidad, honrando el principio femenino ni más ni menos que el masculino, el resultado sería más radical que la peor pesadilla sobre «conversiones» homosexuales sufridas por el poder establecido. Una desviación heterosexual masiva hacia la ternura y el respeto mutuo implicaría verdaderas dificultades para el *statu quo*, ya que los heterosexuales constituyen la más poderosa mayoría sexual. La estructura del poder podría verse frente a un desplazamiento masivo de alianzas. De cada relación podría surgir un doble compromiso de transformar la sociedad en una sociedad públicamente basada en lo que hasta ahora han sido tradicionalmente valores femeninos, y demostrar con enorme poder de convicción la atracción de ambos sexos por un mundo rescatado de la dominación masculina. Las buenas nuevas saldrían a la calle: las mujeres libres se divierten más, y lo que es peor, los hombres libres, también.

Las poderosas instituciones de nuestra cultura reconocen los peligros que representan para ellas una salida por el amor. Las mujeres que se aman a sí mismas son una amenaza, pero los hombres que aman a las mujeres de verdad lo son más. Las mujeres que han escapado de los roles impuestos a su sexo pueden ser manejadas, y las pocas que tienen poder son sometidas a una readaptación para que actúen como

hombres. Pero con la aparición de un gran número de hombres que experimentan un amor apasionado y sexual por mujeres de verdad, el sector que posee la autoridad y el dinero bien podría desertar para unirse a las fuerzas de la oposición. El amor con estas características podría significar una conmoción política mucho más radical que la revolución rusa y más desestabilizadora para el equilibrio del poder mundial que el fin de la era nuclear. Sería la destrucción de la civilización tal como la conocemos hoy, es decir, de la dominación masculina. Para el amor heterosexual, marcaría el comienzo de un comienzo.

Las imágenes que convierten el sexo en mera «belleza», y la belleza en algo inhumano o sometido a una tortura erotizada, tienen buena acogida política, porque subvierten la dignidad sexual femenina y aseguran que hombres y mujeres no lleguen a aproximarse para hacer causa común contra un orden social que se nutre de su antagonismo mutuo y de sus respectivas versiones de soledad.

Bárbara Ehrenreich, Elizabeth Hess y Gloria Jacobs señalan en *Re-Making Love* que el nuevo mercado de productos sexuales requiere un consumismo sexual muy activo. Esta observación es válida más allá del mercado de accesorios sexuales y abarca a toda la economía de consumo. Lo último que el índice de consumo desea que hagan hombres y mujeres es amarse. La industria minorista de 15 billones de dólares de ventas depende de una separación sexual entre hombres y mujeres, y la insatisfacción sexual la refuerza. La publicidad no vende sexo, lo cual sería antiproductivo si ello equivaliera a que hombres y mujeres se acercasen el uno al otro y fuesen felices. Lo que vende es descontento sexual.

A pesar de que nuestro planeta depende de un equilibrio entre los valores de hombres y los de las mujeres, la cultura de consumo necesita mantener quebrada la línea de comunicación entre los sexos y promover la inseguridad sexual. Las Harley Davidson y los Moulinex representan respectivamente masculinidad y feminidad. Pero la satisfacción sexual disminuye la presión implacable del materialismo, pues los símbolos de estatus dejan de tener aspecto sexual para pasar a ser irrelevantes. El apetito material se debilita allí donde el apetito afectivo y sexual se intensifica. El precio que pagamos por apoyar artificialmente este mercado es traicionar nuestro espíritu. El mito de la belleza mantiene esta brecha de fantasías entre hombres y mujeres, una brecha formada por espejos sin la menor base en las leyes naturales. Nos lleva a gastar enormes sumas de dinero y a mirar alocadamente a nuestro alrededor, pero la niebla y los espejismos que crea se interponen ante nuestra libertad de ser sexualmente nosotros

mismos.

La cultura del consumo encuentra su mayor apoyo en los mercados constituidos por clones sexuales, hombres que desean objetos y mujeres que desean ser objetos, objetos siempre cambiantes, desechables e impuestos por el mercado. El hermoso objeto de la pornografía consumista lleva incorporada la cualidad de ser efímero, con el propósito de asegurarse de que el menor número posible de hombres establezca lazos con una sola mujer durante muchos años o durante toda una vida, y asegurarse además de que la insatisfacción de las mujeres consigo mismas se intensifique con el tiempo en lugar de disminuir. Las relaciones afectivamente inestables, las altas tasas de divorcio y una población numerosa lanzada al mercado sexual son altamente beneficiosas para los negocios dentro de una economía de consumo. La pornografía de la belleza se empeña en que la sexualidad moderna sea brutal y aburrida, tan poco profunda como una capa de mercurio de un espejo, algo antierótico tanto para los hombres como para las mujeres.

Existen, sin embargo, intereses aún más poderosos que el índice del consumidor que también dependen de la separación de los sexos. Los gastos militares se mantienen con cerca de un tercio del presupuesto nacional de los Estados Unidos. El militarismo depende de que haya hombres que prefieran los vínculos entre hombres a los vínculos con mujeres e hijos. Los hombres que amasen a las mujeres dirigirían su lealtad hacia la familia y la comunidad, fuera de la cual ser hombres es como un prolongado exilio. Los amantes y los padres de verdad se mostrarían reacios a creer en la típica propaganda militarista, es decir, que sus esposas e hijos se beneficiarían con sus muertes heroicas. Las madres no temen a otras madres. Si el amor de los hombres por sus mujeres y por sus hijos les llevase a definirse a sí mismos primero como padres y como amantes, la propaganda de la guerra caería en oídos sordos. El enemigo sería también otro padre y otro esposo. Este sector de la economía siente temor ante el amor heterosexual. La paz y la confianza entre hombres y mujeres que se amasen sería tan perjudicial para la economía de consumo y para la actual estructura de poder como lo es la paz en el mundo para la industria militar.

El amor heterosexual amenaza con provocar cambios políticos. Una vida erótica basada en una reciprocidad no violenta en lugar de dominación y sufrimiento es una lección práctica de atracción que va mucho más allá del dormitorio. Una consecuencia de que una mujer se quiera a sí misma es que se convence de su valor social. Su amor por su cuerpo no tendrá reservas, y por ello será la base de la identificación con su sexo. Cuando una mujer ama su propio cuerpo,

no cuestiona lo que las demás hagan con el suyo y, si ama su condición femenina, luchará por sus derechos. Es verdad lo que se dice acerca de las mujeres: son insaciables. Son glotonas. Es necesario controlar sus apetitos si se quiere mantener las cosas en su lugar. Si el mundo también les perteneciese, si creyesen que pueden conseguir sus demandas, exigirían más amor, más orgasmos, más dinero, más asistencia a los niños, más alimento, más cuidados. Estas demandas sexuales, afectivas y físicas comenzarían a extenderse a las reivindicaciones sociales. La fuerza del deseo femenino sería tan grande que la sociedad tendría que enfrentarse verdaderamente con lo que piden, en la cama y en el mundo.

Mientras los hombres vigilan la sexualidad del otro y se prohíben colocar el amor sexual en el centro de su vida, las mujeres se consideran buenas o no según su capacidad de mantener relaciones sexuales cargadas de amor. Si sus valores estuviesen al alza, esta definición podría ser atractiva para los hombres y los liberaría del túnel tormentoso y bullicioso de la competencia masculina. La pornografía de la belleza se opone a tal objeto, y dirigida a los hombres, les impide hallar la paz en el amor sexual. El sueño efímero de una meta creada artificialmente retrocede siempre ante los ojos del hombre y lo mantiene desestabilizado en su persecución, de modo que no puede concentrase en la belleza de esa mujer, conocida, con arrugas, familiar, que le trae el diario todas las mañanas.

El mito congela la revolución sexual para que demos la vuelta entera: hay que evitar el amor sexual. El siglo XIX restringía la heterosexualidad a los matrimonios de conveniencia. Hoy los aspirantes al éxito en el medio urbano renuncian a su destino sexual entregándolo a los servicios de acompañantes, destinando toda su libido al trabajo. Una encuesta realizada en 1985 estableció que las parejas de *yuppies* comparten una impotencia mutua. El siglo pasado mantenía a hombres y mujeres en una rígida separación según estereotipos de sexo, del mismo modo en que hoy los separan los estereotipos físicos. En el mercado matrimonial de la era victoriana los hombres juzgaban y elegían: en la carrera del mercado de la belleza los hombres también juzgan y eligen. Es difícil amar al carcelero, y las mujeres lo sabían bien cuando no tenían derechos legales. Pero no es mucho más fácil amar a un juez. La pornografía de la belleza es una fuerza que libra una eterna guerra para estabilizar una sociedad amenazada por el estallido del amor heterosexual.

Cómo ser un objeto

Es obvio que las escenas de violación con elementos de belleza dan un carácter erótico a la guerra de los sexos. ¿Qué sucede en cuanto a la pornografía no violenta? El daño resulta evidente en la forma en que estas imágenes reprimen la sexualidad femenina y disminuyen su autoestima, al colocar la sexualidad bajo un cinturón de castidad cuya única llave es la «belleza». Como el mito comenzó por utilizar la sexualidad femenina como instrumento político, al hermanarla con imágenes de belleza en un círculo repetitivo, su dominio sobre las mujeres es más poderoso que nunca. Con esta condición de rehén del sexo bajo la custodia de la belleza, el mito ha dejado de tener un efecto superficial. Hoy llega al fondo de la esencia femenina.

La sexualidad de la mujer occidental corre tanto riesgo como el sufrido por muchas mujeres orientales sometidas a prácticas más crueles. El estudio realizado por Kinsey en 1953 reveló que sólo entre el 70 y el 77% habían experimento alguna vez el orgasmo, ya fuese mediante la masturbación o bien en la relación sexual. Las cifras de Shere Hite de 1976 indican que sólo el 30% de las mujeres logra regularmente el orgasmo en el coito sin estímulo manual del clítoris, otro 19% con estímulo manual, el 29% no tiene orgasmos durante el acto sexual, el 15% no se masturba y el 11% no tiene nunca orgasmos de ninguna clase. La investigación de Helen Kaplan en 1974 reveló que del 8 al 10% de las mujeres no tienen orgasmos, y hasta un 45% lo tiene durante la relación sexual sólo con estimulación adicional manual. Sólo el 30% de las mujeres, en el estudio de Seymour Fischer de 1973, experimentaba orgasmos de manera regular durante el acto sexual. En 1980, Wendy Faulkner comprobó que sólo el 40% de las mujeres británicas se ha masturbado antes de cumplir los 40 años, en contraste con el 90% de los hombres. En un estudio de 1981, solamente el 47% de las mujeres danesas se habían masturbado hasta experimentar un orgasmo. En el Reino Unido, un estudio realizado en 1989 sobre 10.000 mujeres indicó que el 36% experimentaba el orgasmo durante el acto sexual sólo rara vez o nunca y la mayoría admitieron haber «fingido» para complacer a sus maridos. La sexualidad femenina puede estar tan amenazada por el mito que incluso las mujeres orientales circuncidadas obtienen mayor placer. Como contraste, un importante estudio de 4.024 mujeres sudanesas circuncidadas (con el clítoris estirpado por circuncisión *sunna*) reveló que el 88% había experimentado orgasmo.

Si bien el acto sexual no tiene que ser necesariamente el principal en torno al que las mujeres deban adaptar su goce, es legítimo

preguntarse por qué el coito tanto como la masturbación, sólo dos fuentes de placer potencial entre otras muchas, brindan tan poco placer a la mujer de hoy en día. Las mujeres occidentales no obtienen placer de su propio cuerpo ni del cuerpo de los hombres, el placer que merecen o que son capaces de sentir. ¿Será posible que algo esté equivocado en la forma en que culturalmente se enseña el acto sexual a hombres y mujeres, y algo equívoco en la forma en que se pretende que las mujeres experimenten su propio cuerpo? El mito de la belleza puede contribuir a explicar buena parte de esta insatisfacción.

El mito de la belleza no estimula a las mujeres a verse, de manera inequívoca, como sexualmente bellas. El mal que les hace la pornografía de la belleza no muestra un efecto tan inmediato como el que se le atribuye habitualmente a la pornografía en general. Una mujer que sabe por qué detesta ver a otra mujer colgada de un gancho de carnicería y es capaz de expresar sus objeciones se siente, en cambio, mucho más desconcertada cuando se le pide que explique su malestar frente a la pornografía no violenta de la belleza.

Este temor a una pornografía que no llega a darse ese nombre es como un desaliento silencioso que se extiende por todo el espectro político. Está en el interior de las feministas defensoras de la «libertad de expresión» que se oponen al movimiento contra la pornografía y en las mujeres que no siguen la controversia feminista, en las que no se identifican con las mujeres «malas» de la pornografía dura o suave, en las religiosas y en las agnósticas, en las promiscuas y en las vírgenes, en las homosexuales y en las heterosexuales. Las mujeres afectadas por este desánimo no necesitan ser convencidas del lazo entre la pornografía «de verdad» y la violencia sexual. Sin embargo, no pueden hablar de este tema sin sentirse avergonzadas. Para la mujer que no logra ubicar en su visión del mundo una objeción razonable a las imágenes de «bellas» mujeres desnudas a las que, por lo menos en un plano visible, nadie las hace nada, ¿qué le puede explicar el malestar que siente en su interior?

Su silencio tiene por origen el mito. Si las mujeres se sienten feas, la culpa es de ellas y no tienen el derecho inalienable de sentirse sexualmente hermosas. No deben admitir su objeción a la pornografía porque ésta golpea la raíz misma de su sexualidad al hacerlas sentirse sexualmente poco atractivas. Hombres o mujeres, todos necesitamos sentirnos hermosos para estar abiertos a la comunicación sexual, bienvenidos, deseados, apreciados. Sin esta condición, nos convertimos en objetos con el fin de protegernos.

En una oportunidad conversé con unas jóvenes estudiantes sobre el

tema de la pornografía *light*, aprobada en general en los salones sociales de nuestra universidad. No había comprendido bien la situación. Mencioné la política, el simbolismo, el espacio cultural masculino, la exclusión social, la transformación en objetos de uso. Una muchacha de expresión pensativa escuchó atentamente un rato, pero sin el menor indicio de reacción en la mirada. «Estoy de acuerdo contigo», dijo por fin, «aunque no tengo la menor idea de lo que quieres decir. Lo único que sé es que me hacen sentir muy, pero que muy mal frente a mí misma».

Las portadas de las revistas de pornografía *light* se aproximan a la psiquis de la mujer cuando le muestran unas modelos que le son familiares partiendo de su vida de fantasía, en la que intervienen imágenes de películas, televisión y revistas femeninas. En contraste con las prostitutas de la pornografía «dura» que no tienen nada que ver con ella y cuya belleza es menos importante que lo que se las puede obligar a hacer, estas modelos son una lección para ella. Son sus modelos de desnudez. «Hefner es un romántico, con toda la belleza que implica el término», dice Al Goldstein, director de la revista *Hustler*, «y sus chicas son las chicas que viven al lado de casa. Mis chicas son las prostitutas que viven al lado, con granos y estrías y papel barato blanco y negro». Si éstas son las dos únicas opciones con que cuentan las mujeres, no cabe extrañarse de que persigan la belleza hasta morir.

Las modelos «románticas» dan a la mujer una revelación hipnótica de un cuerpo perfeccionado que es posible diseñar bajo la cara familiar y también perfeccionada. Puede imaginar las sonrosadas partes íntimas los pezones coloreados bajo los encajes de las modelos del suplemento dominical, y puede imaginar sus caderas sinuosas y sus vientres lisos bajo la ropa de última moda. Ante este simulacro de *striptease*, la consumidora no puede dejar de compararse. Puede sentir humildad, antídoto contra el deseo, o bien una sensación narcisista de «estar a la altura», cargada de pornografía pero en definitiva antierótica, ya que la mujer que «da la talla» no gana. Se le permite simplemente llenar el perfil de la Doncella de Hierro. Ciertamente es posible que las mujeres «bellas» sean más vulnerables a la intervención de la pornografía en su fantasía, pues son capaces de «verse» en situaciones pornográficas, mientras que otras mujeres no pueden hacerlo.

A una mujer puede no gustarle la revista *Playboy* porque no es fácil sofocar la esencia sexual. Si bien puede haber sometido a otras humillaciones algunos elementos de su propia imagen, este último le ofrecerá una resistencia dura y prolongada. Puede no agradarle *Playboy* porque le molesta sentirse fea en el sexo, o, si es «bella»,

sentirse encerrada y rebajada por la pornografía. Ésta inhibe algo que ella necesita para vivir, y le ofrece el más eficaz antiafrodisíaco, la mirada autocrítica en cuanto a su sexualidad. El trabajo de Alice Walker *Coming Apart* investiga el mal provocado: al compararse con la pornografía de su compañero, la heroína llega a la «tonta» conclusión de que ella no es hermosa.

«En mis fantasías» dice «Betty» en la colección hecha por Nancy Friday de fantasías sexuales femeninas, *My Secret Garden*, «imagino haberme transformado en una mujer fascinante y hermosísima (en la vida real soy más bien fea)… Cierro los ojos y creo estar viendo a esa otra mujer hermosa que soy yo desde algún otro lugar, fuera de mí misma. La veo con tanta nitidez que siento ganas de gritar para animarla… "disfrútalo, te lo mereces". Lo curioso es que esta otra mujer no soy yo». Mónica escribe: «De repente no era yo misma. El cuerpo no era esta cosa gorda y ridícula que es el mío, no era yo… era mi preciosa hermana… Todo el tiempo no era yo, todo estaba pasándoles a esas dos personas hermosas que imaginaba». Estas voces, «no era yo», «de repente no era yo», «era esa otra mujer hermosa» se repiten una y otra vez. En sólo veinte años el mito de la belleza ha introducido unas determinadas imágenes para separar a las mujeres de su cuerpo durante el acto sexual.

Cuando se toca este tema, las mujeres se inclinan hacia adelante y bajan la voz. Cuentan entonces su horrible secreto. Son mis pechos, dicen. Mis caderas. Son mis muslos. Odio mi barriga. No se trata de un rechazo estético, sino de una profunda vergüenza sexual. Las partes del cuerpo varían, pero lo que comparten todas las mujeres al mencionarlas es el convencimiento de que «eso» es lo que la pornografía de la belleza convierte más en fetiche. Senos, muslos, nalgas, vientres, los puntos sexualmente más importantes de la mujer, cuya «fealdad» pasa a ser, por lo tanto, una obsesión. Son las partes atacadas con mayor frecuencia por los hombres violentos, las partes que los asesinos psicópatas suelen mutilar más, las más degradadas por la pornografía violenta. Las partes que los cirujanos plásticos cortan más a menudo, las que dan a luz y amamantan y son más sexuales. Una cultura misógina ha logrado que las mujeres odien lo que odian los misóginos.

«Mujer, ama tu vagina», escribió Germaine Greer, y a pesar de ello, las cifras dadas por Hite en 1976 señalan que alrededor de una mujer de cada siete considera que su vagina es «fea», y el mismo número cree que «huele mal». «Mujer, ama tu cuerpo» es el mensaje más urgente aún en la generación actual. Un tercio de las mujeres están «intensamente insatisfechas» con su cuerpo, lo cual las lleva a

experimentar «mayor ansiedad social, menor autoestima y *disfunción sexual*» (la cursiva es mía). La doctora Marcia Germaine Hutchinson calcula que el 65% de las mujeres no aman su cuerpo y que una baja autoestima las lleva a huir de toda intimidad física. Esta baja autoestima y esta sexualidad disminuida son el agujero negro perpetrado por la pornografía de la belleza en la integridad física de las mujeres.

El agujero del odio hacia sí misma puede ser migratorio. Una obsesión con el pecho puede disminuir y ser reemplazada por odio a los propios muslos. Muchas mujeres leen con temor la lista de puntos de belleza porque a menudo les presenta puntos nuevos e inesperados para odiar.

¿Cómo surgió esta desastrosa definición de la sexualidad? «Belleza» y sexualidad suelen ser erróneamente consideradas como hechos trascendentales e inevitables. El falso enlace de ambos hace que parezca doblemente cierto que una mujer tiene que ser «bella» para ser sexual. Por supuesto que no es verdad. Las definiciones de estos términos cambian constantemente para favorecer el orden social, y la conexión entre ellos es una invención reciente. Cuando la sociedad requería castidad en las mujeres, la virginidad y la fidelidad eran atributos de belleza (la fundamentalista religiosa Phyllis Schafly ha vuelto a afirmar recientemente que el sexo extramarital destruye la belleza femenina), y su sexualidad no existía. Peter Gay señala que las mujeres victorianas estaban consideradas como «sexualmente anestesiadas», y Wendy Faulkner cita a autores de la época que afirmaban que las mujeres de la clase media eran «naturalmente frígidas». Hoy, cuando la sociedad requiere para sus mejores intereses una población femenina sexualmente disponible y sexualmente insegura, se ha redefinido la «belleza» como sexo. En contraste con la sexualidad femenina, innata en todas las mujeres, la «belleza» implica un gran esfuerzo: pocas mujeres nacen con ella y no es gratuita.

La falta de semejanza entre «belleza» y sexo en la producción de estas imágenes resuena en un recuerdo que tengo. Una amiga, a la edad de quince años, me mostró las fotos de su primera sesión como modelo de ropa interior para unos grandes almacenes, que aparecieron en el suplemento dominical de un diario. Apenas pude reconocer a la modelo. El pelo negro de Sasha, lacio y de corte puritano, aparecía revuelto y rizado. Sus pechos erguidos estaban apenas cubiertos por una fina seda negra. La mujer que Sasha había fingido ser en la fotografía estaba sentada sobre los muslos en una cama elegantemente desordenada, las sábanas dobladas como si fueran enormes rosas. La cama sobre la que nosotras estábamos contemplando las fotografías era pequeña, muy bien hecha, austera, cubierta con una colcha de

algodón gris. Sobre nosotras estaban las obras de Shakespeare en sus ajadas ediciones de colegio, su libro de biología y una calculadora. No había ni collares de perlas, ni gemelos de diamantes, ni magníficos gladiolos con sus estambres prominentes. El personaje que habían hecho con Sasha tenía la espalda arqueada de modo que la luz se reflejaba en la arte inferior de sus pechos. «Tu pobre espalda», le dije al ver aquellos omóplatos tensos. Sasha tenía escoliosis y debía usar siempre una especie de armazón de acero forrado de goma rígida. El armazón existía en una dimensión ajena a aquella ventana por la que filtraba una sofisticada luz anaranjada que ambas contemplábamos. Los labios relucientes de Sasha se entreabrían para dejar ver sus dientes, como si acabase de meter una mano en agua hirviendo. Aquella Sasha pintada tenía los ojos semicerrados. Como yo, Sasha era virgen.

Al recordarlo, imagino cómo saldría la fotografía aquel fin de semana, como una explosión de vida propia entre columnas de texto. Un millar de mujeres adultas, dueñas de secretos que nosotras no habíamos comenzado siquiera a imaginar, mirarían aquella imagen. Se quitarían la ropa y se lavarían los dientes. Se mirarían en un espejo bajo una fuerte luz y la imagen lustrada e iluminada del cuerpo de Sasha giraría sobre sus cabezas en el cielo oscuro. Apagarían la luz y se meterían en sus anchas camas, tibias y llenas de vida, para abrir los brazos, sumisas, con un paso más pesado.

El lazo entre la pornografía de la belleza y el sexo no es natural. Se da por sentado que el deseo de tener acceso visual a una infinidad de aspectos de la intimidad femenina es algo innato en el hombre, ya que esta contemplación se considera una sublimación de la innata promiscuidad masculina. Pero como los hombres no son promiscuos por naturaleza ni las mujeres son monógamas por naturaleza, se deduce de ello que la habitual afirmación sobre la pornografía de la belleza -es decir que los hombres la necesitan porque se excitan visualmente, mientras que las mujeres no- no es cierta desde el punto de vista biológico. Los hombres se excitan visualmente ante el cuerpo de la mujer y tienen menor sensibilidad para excitarse ante una determinada personalidad femenina, porque desde muy temprano se les inculca tal respuesta. En cambio, las mujeres se excitan menos visualmente y más ante un estímulo afectivo, porque es así como se las ha educado. Esta asimetría en la educación sexual mantiene el poder del hombre según el mito: miran el cuerpo de la mujer, lo evalúan y pueden pasar a otro. Nadie mira, evalúa, acepta o rechaza el cuerpo del hombre. No hay una piedra inamovible llamada «género masculino o femenino» a la que quepa culpar. La situación puede cambiar de manera que una verdadera relación de reciprocidad, con

miradas iguales, vulnerabilidad igual, deseo igual, propicie la unión de hombres y mujeres.

La asimetría del mito explica mentiras a los hombres y mujeres acerca del cuerpo de cada uno, con el fin de mantenerlos sexualmente alejados.

La serie de mentiras del mito niega cosas que la mujer heterosexual sabe sobre el cuerpo de los hombres. Se considera a las mujeres como el sexo de la piel suave. Ellas saben *perfectamente*, sin embargo, que la aureola en torno de la tetilla de un hombre es de una suprema suavidad, y que tiene lugares en su cuerpo donde la piel es más suave que en ningún otro punto del cuerpo de la mujer, como el glande, como la delicada cobertura del pene. Las mujeres son el «sexo sensible», pero no hay nada en el cuerpo de la mujer tan vulnerable como los testículos. Las mujeres deben llevar una camisa en cualquier clase de tiempo, aparentemente porque sus pezones son sexuales. Pero también lo son las tetillas masculinas y no tienen que mantenerlas cubiertas durante una ola de calor. Las mujeres son «feas» cuando tienen estrías en la piel. Los hombres también suelen tenerlas a la altura de las caderas, aunque no las advierten. Los pechos de la mujer deben ser absolutamente simétricos, aunque decididamente los genitales del hombre no lo son. Existe toda una literatura sobre la repugnancia ancestral por el sabor y el aspecto del cuerpo femenino. Los hombres pueden tener un sabor desagradable y un aspecto horrible. Las mujeres los quieren de todas formas.

El gran impulso en la difusión de imágenes que convierten a las mujeres en objetos sexuales acompañó la revolución sexual no con el objeto de satisfacer las fantasías de los hombres, sino con el de defenderlos contra sus temores. Cuando la novelista Margaret Atwood preguntó a las mujeres qué temían más en los hombres, su respuesta fue: «Tememos que nos maten». Al formular a los hombres la misma pregunta referida a las mujeres, replicaron: «Tenemos miedo de que se rían de nosotros». Cuando los hombres controlan la sexualidad de la mujer, están a salvo de una evaluación sexual. Una japonesa del siglo VIII, por ejemplo, según The Women's History of the World, aprendía a decir siempre «que su *membrum virile* es enorme, maravilloso, más grande que ningún otro...». Y añadirás: «¡Ven, lléname, oh, maravilla!», añadiendo unos cuantos cumplidos más del mismo tipo. Una mujer culta del siglo XVI no era tan generosa en sus elogios: «El viejo la besó, y fue como si un gusano se hubiese arrastrado por su rostro encantador...». Con la experimentación sexual por parte de las mujeres, los hombres corrieron el riesgo de oír lo que las mujeres oyen todos los días, que existen pautas sexuales con las cuales podrían ser

comparados. Sus temores son exagerados aun dentro de la revolución sexual, pues las mujeres observan un estricto código de etiqueta. «Nunca», aconseja una revista femenina, «menciones en público el tamaño de su (pene)... Y nunca, nunca dejes que se entere de que alguien más lo sabe o verás cómo se encoge y desaparece, y lo tendrás bien merecido». Esta crítica reconoce el hecho de que la comparación sexual con espíritu de crítica es un anafrodisíaco directo aplicado a los hombres. En cambio, hasta ahora no reconocemos que esta crítica tiene exactamente el mismo efecto en las mujeres, o no nos importa, o comprendemos, en fin, dentro de determinado contexto, y en este momento, que dicho efecto es deseable y apropiado.

Es en general poco probable que un hombre tenga oportunidad de oír a las mujeres cuando juzgan su aspecto, altura, tono muscular, técnica sexual, tamaño del pene, arreglo personal o gusto en el vestir, todos temas que las mujeres discuten. La verdad es que son tan capaces de ver a los hombres como ellos las ven a ellas, como objetos de evaluación sexual y estética. Sin el menor esfuerzo ellas también pueden elegir el «ideal» masculino entre varios candidatos. Si pudiesen obtener belleza además del resto, la mayoría no la rechazaría. Pero, ¿y qué? Dados todos esos elementos, ellas eligen, en su gran mayoría, tomar a los hombres en primer término como seres humanos.

Es probable que fuese fácil instruir a las mujeres para que viesen en el hombre básicamente un objeto sexual. Si las jóvenes nunca experimentasen la violencia sexual, si la única ventana que tuviesen hacia la sexualidad masculina fuese una cantidad de imágenes simples, fácilmente accesibles, bien iluminadas, de muchachos algo mayores que ellas, próximos a los veinte años, sonriendo con gran confianza y mostrando penes erectos y acariciables de color rosa o café, sería bien posible que las contemplasen, o bien se masturbasen al verlas y, de adultas, «necesitasen» pornografía basada en el cuerpo masculino. Y si esos penes de iniciación se representasen antes ellas como neumáticamente eréctiles, sin moverse a derecha o izquierda, con un sabor de canela o de moras silvestres, libres de vello y siempre dispuestos, si junto a estas imágenes se presentasen sus medidas de largo y grosor con exactitud, si apareciesen como disponibles y sin estar acompañados por una personalidad difícil, con un solo objetivo en su existencia, el de darles placer... en tal caso, es probable que un muchacho de verdad pudiese aproximarse a la cama de la joven con, por lo menos, un corazón palpitante. Pero, ¿y qué? Haber sido formados de cierta manera no significa que no podamos rechazar esa formación. El temor de los hombres a ser convertidos en objetos como ellos hicieron objetos de las mujeres es probablemente infundado. Si

ambos sexos tuviesen la opción de verse el uno al otro como una combinación de objeto sexual y ser humano, ambos reconocerían que la realización reside en no rechazar ninguno de ambos términos. Desgraciadamente, son los temores infundados entre ambos sexos los que actúan con mayor eficacia en favor del mito.

Las imágenes concentradas exclusivamente en el cuerpo femenino surgieron en un ambiente en el que los hombres no podían ya controlar el sexo pero por primera vez debían ganárselo. Las mujeres preocupadas por su propia condición de deseables eran menos capaces de expresar y buscar lo que ellas mismas deseaban.

Cómo suprimir la sexualidad femenina

Germaine Greer escribió que las mujeres serían libres cuando llegasen a una definición positiva de la sexualidad femenina. Tal definición podría muy bien hacer que la pornografía de la belleza fuese completamente neutral para las mujeres. Veinte años después de esas palabras, las mujeres no la tienen aún. Su sexualidad no sólo se define en términos negativos, sino que su estructuración es también negativa. Las mujeres son vulnerables a una absorción del mito de la belleza como interventor en su sexualidad, porque su educación sexual se establece de manera que garantice tal vulnerabilidad. Desde su nacimiento, su sexualidad se saca al exterior para que la reemplace la belleza y las mujeres mantengan siempre la vista baja sobre su propio cuerpo y la levanten sólo para verificar cómo se reflejan en los ojos de los hombres.

Se cultiva la parte exterior del erotismo por medio de tres formas de presión, sobre su sexualidad, todas antinaturales. La primera es que las niñas pequeñas no reciben habitualmente cuidados íntimos de sus padres. La segunda es la fuerte influencia cultural que lleva a las mujeres a salir de su propio cuerpo para contemplar exclusivamente a las mujeres como objetos sexuales. La tercera forma de presión es el predominio de la violencia sexual, que impide un desarrollo orgánico de su sexualidad y hace que vean el cuerpo de los hombres como peligroso.

La Doncella de Hierro desnuda afecta poderosamente a las mujeres porque la mayoría de ellas son cuidadas, durante la primera infancia, por mujeres. El cuerpo y el pecho femenino comienzan por ser el foco del deseo de la mujercita, estando ausentes el pecho y el cuerpo del hombre. A medida que la niña crece, el mito mantiene su foco sexual en el cuerpo femenino, pero en contraste con la atracción que sienten hacia él los hombres heterosexuales y las mujeres lesbianas, la admiración insatisfecha de las mujeres heterosexuales se contamina de envidia, nostalgia de la felicidad perdida y hostilidad. Tal situación crea en ellas una adicción a la mirada masculina y provoca lo que la poeta Adrienne Rich llama heterosexualidad compulsiva, que prohíbe a las mujeres ver a otras mujeres como fuentes de placer sexual. Bajo el dominio del mito, la belleza del cuerpo de otras mujeres causa sufrimiento, origen de lo que Kim Chernin denomina nuestra «cruel obsesión por el cuerpo femenino». Esta relación contrariada, la que despierta en las mujeres heterosexuales un placer confuso y lleno de ansiedad cuando contemplan otro cuerpo femenino, las abandona a una angustia permanente en una competencia que en realidad es sólo

el residuo envenenado del primitivo amor.

La segunda inversión cultural de la sexualidad femenina tiene lugar a una edad temprana, comenzando por el tabú de la masturbación. La integridad sexual se desarrolla a partir del sublime egoísmo de la infancia, del cual la entrega sexual emerge como generosidad más que como sometimiento. Pero la masturbación es algo prohibido para las mujeres. El deseo sexual precoz y solitario es uno de los poco recuerdos capaces de señalar a la mujer que es totalmente sexual antes de que aparezca en escena la «belleza», siendo ello posible después y más allá del mito. Este sentimiento sexual no tiene por qué depender de que se la mire o no.

El hombre da por establecido este elemento esencial. Desde el punto de vista cultural vemos que su sexualidad simplemente existe. No tiene que ganársela mediante su aspecto. En la cultura observamos que el deseo del hombres precede al contacto con la mujer. No permanece adormecido esperando manifestarse bruscamente y sólo como respuesta a la voluntad de una mujer. El deseo sexual solitario aparece representado desde lo más elevado hasta lo más bajo de la cultura, desde autores como Philip Roth, André Gide, Karl Shapiro y James Joyce hasta los chistes obscenos contados a un público mixto. Todos sabemos algo del deseo sexual del adolescente masculino. No existen, en cambio, escenas de mujeres en su despertar sexual, salvo en el material destinado al *voyeur* masculino. En este vacío cultural es difícil imaginar qué aspecto tiene el deseo solitario femenino. El cuerpo femenino se presenta como la envoltura vistosa de una caja vacía. Sus genitales no se erotizan para las mujeres. El cuerpo masculino no se erotiza para las mujeres. Tampoco se erotiza para ellas el cuerpo de otras mujeres. Es necesario, entonces, que cada una aprenda sola, sin ningún elemento, cómo sentirse sexual (aunque tenga que aprender constantemente como parecer sexual). No hay para ella una contracultura de sensualidad femenina exteriorizada, ni descripciones de la intrincada y curiosa presencia de sus sensaciones genitales o de la forma en que continuamente enriquece el conocimiento de su cuerpo. Abandonada a su suerte en medio de la oscuridad, tiene muy pocas opciones. Deberá absorber y adoptar como propias las fantasías de la cultura dominante.

En los años setenta, un grupos de niñas de diez años de edad reunidas en un campamento leían en voz alta unos ejemplares piratas de La historia de O, o de The *Happy Hooker*. La primera de las historias adoctrina sobre el masoquismo, y la segunda es un material descarnado sobe el comercio del sexo. Así las niñas, por falta de algo mejor leen lo que cae en sus manos. No les falta el conocimiento de

los hechos, pero carecen de una cultura sexual positiva: novelas y poesía, películas, chistes, música rock escritos no con fines comerciales sino para la exploración, la comunicación, la alegría, tal como se describe la mejor literatura erótica para los hombres. Para la educación de las niñas no hay nada, salvo una mujer encadenada a una pared con la boca abierta en forma de O, o una mujer con gran sentido de los negocios y una prosa vulgar contando su dinero.

Los muchachos por el contrario, tienen una cultura sexual hecha ya para ellos. Cantan y tocan la guitarra apoyada en su ingle: «¡Azúcar moreno, mmm! ¿Por qué tienes un sabor tan bueno? ¡Ahhh! El que debe tener una chica». «¿Debemos tener ese sabor?», piensan las chicas. «¿A azúcar moreno?» Pero en su propia experiencia, la que les aportan sus propios sentidos -el fuerte olor a sudor de hombres en los pasillos de la escuela, la curiosidad frente a la sombra incipiente del vello en un brazo, el tono de una voz que de repente se vuelve grave, el andar descuidado que estira la tela de los vaqueros en los muslos, el sabor de un licor de café en un paladar poco cultivado, los cigarrillos negros robados de una cómoda, la barba que aparece, la piel quemada por el viento-, ellas lo notan todo, lo ven, pero no tienen poder para decirlo. El hecho de que estas imágenes despierten la timidez tanto de quien las describe como de quien escucha es prueba de lo poco habituados que estamos en nuestra cultura a ver a las jóvenes adolescentes como sujetos en proceso de despertar sexual. La belleza poco familiar del cuerpo de los hombres, percibida al azar en obras como Phaedrus o *Dorian Gray* , no se encuentra en la cultura dirigida a ellos. Ninguna voz de mujer describe la belleza y el encanto de un cuerpo de hombre, ni tampoco hallamos comentarios sobre su atractivo entre sus amigas.

La energía sexual, la evaluación de los muchachos y muchachas adolescentes nunca se expresa, sino que ellas deben reservárselas, en silencio, con la mirada concentrada en su propio cuerpo. Ciertas preguntas, como «¿A quién deseo?», «¿Por qué?», «¿Qué haré al respecto?», se convierten en: «¿Me desearía a mí misma?», «¿Por qué?», «¿Por qué no?», «¿Qué puedo hacer?».

Los libros y las películas que ellas ven analizan desde el punto de vista del varón la primera caricia de unos muslos de mujer, el primer atisbo de un pecho. Y las adolescentes escuchan, absortas, ajenas a sus pechos como si fuesen parte de su cuerpo, con los muslos cruzados tímidamente, aprendiendo así a alejarse del propio cuerpo y contemplarlo desde fuera. En nuestra cultura, como sus cuerpos son contemplados desde el punto de vista de lo extraño y del deseo, no es sorprendente que lo que debería ser familiar, ser sentido como un

todo, quede, en cambio, alejado y dividido en partes. Lo que aprenden las niñas no es el deseo de otro ser, sino el deseo de ser deseadas. Las mujeres aprenden a observar a los miembros de su propio sexo junto con los varones; así se llena un espacio que deberían dedicar a descubrir qué desean, a escribir y leer acerca del tema, a buscar y obtener lo que desean. La belleza toma el sexo como rehén y las condiciones de su rescate se graban temprano y con profundidad en su mente, con instrumentos más hermosos que los usados por la publicidad o por la pornografía: la literatura, la poesía, la pintura y el cine.

Esta perspectiva desde el exterior de su propia sexualidad es lo que provoca la confusión existente en el fondo del mito. Las mujeres llegan a confundir el tener un aspecto sexual con el hecho de ser miradas como un objeto sexual (Clairol… «Éste es el aspecto que quieres»). Confunden el sentir la sexualidad con que se las sienta sexualmente («Hojas de afeitar Gillete… como una mujer desea sentirse»). Confunden desear con ser deseables. «Mi primer recuerdo sexual», me dice una mujer, «data de cuando me depilé las piernas por primera vez y acaricié mi piel suave. Sentí cómo sería sentir la mano de otro». Las mujeres afirman sentirse «más sexy» cuando adelgazan. La verdad es que los nervios en el clítoris y en los pezones no se multiplican por el hecho de perder peso. Dicen sentir celos de una mujer, que imaginan estar dentro del cuerpo masculino que está dentro del de ellas con el objeto de sentir deseo indirectamente.

¿Será posible, que la famosa lentitud de la mujer en experimentar deseo en relación con el hombre, su compleja vida de fantasía, la falta de goce experimentada por muchas en la relación sexual, esté relacionada con esta negación cultural de la imagen sexual que refuerza el punto de vista femenino, la prohibición cultural de ver en el cuerpo del hombre un instrumento de placer? ¿Tendrá quizá relación con el tabú de representar el acto sexual como la oportunidad de que la mujer persiga activamente, aferre, saboree y consuma el cuerpo masculino para su propia satisfacción, tanto como a ella la persiguen, la toman, la saborean y la consumen para lo mismo?

La inversión de la sexualidad femenina impide a la mujer asumir el control de su propia experiencia sexual. Un problema de las imágenes sexuales y dirigidas a los jóvenes es que las mujeres fotografiadas no están, en realidad, respondiendo sexualmente a nada. Así los jóvenes aprenden a erotizar imágenes que no les enseñan nada en cuanto al deseo en la mujer. Tampoco las jóvenes saben erotizar el deseo femenino. Tanto hombres como mujeres, por lo tanto, erotizan sólo el cuerpo femenino y el deseo masculino. Ello significa que las mujeres

son exageradamente sensibles al deseo del hombre de excitarlas, y ellos son exageradamente insensibles al deseo de la mujer de que la exciten. La reacción en cadena que hace que el sentimiento sexual de la mujer dependa del del hombre es la causa del fenómeno descrito por Carol Cassell en *Swept Away: Why Women Fear Their Own Sexuality*: como muchas mujeres necesitan que les hagan olvidar todo antes de sentir deseo, sólo el 48% de ellas usa anticonceptivos con regularidad. El 48% de los abortos en Estados Unidos es consecuencia de relaciones sexuales sin protección. Si la sexualidad femenina fuese tan valorada y celosamente estimulada que pudiesen protegerse sin temor a una disminución de sus sentimientos sexuales, la mitad de la tragedia del aborto sería algo del pasado. Con la epidemia de sida, el fenómeno de «olvidarse de todo» significa que las mujeres no sólo corren peligro de embarazo sino también de muerte.

Una explicación final del desvío de la sexualidad y de la ambivalencia en torno al acto sexual está relacionado con la experiencia de maltrato sexual vivido por las mujeres. El poder de sugestión de la Doncella de Hierro debe entenderse en un contexto de verdadera violencia sexual contra ellas.

Según una encuesta no selectiva realizada por Diana Russell a 930 mujeres de San Francisco en 1983, el 44% había sobrevivido a una violación o intento de violación según la definición del FBI. El 88% de ellas conocía a su atacante, y una de cada siete había sido violada por su marido o su ex marido. En un estudio holandés sobre 1.054 mujeres cultas, de clase media, de 20 a 40 años de edad, el 15,6% había sido objeto de abusos sexuales por familiares y el 32,2% había tenido experiencias sexuales forzadas antes de los 16 años. En otro estudio sobre 4.400 familias holandesas, el 20,8% había sufrido violencia por parte de su marido o su amante. La mitad de estos actos de violencia eran reiterados, y el 4% fue víctima de una gran violencia que ocasionó un daño permanente. Entre 1980 y 1988 se registró en Holanda un aumento de más del 33% en las violaciones denunciadas. Entre 1981 y 1988 hubo en Suecia un aumento del 70% de denuncias de violencia contra mujeres y del 50% en las violaciones denunciadas. En Canadá, una mujer de cada cuatro tendrá su primera experiencia sexual bajo condiciones de fuerza, en manos de algún miembro de su familia o de alguien allegado a ella. En Inglaterra una esposa de cada siete es violada por su marido. Un estudio realizado en 1981 sobre 1.236 mujeres en Londres indicó que una de cada seis había sido violada y una de cada cinco se había resistido a un intento de violación. Otros estudios realizados en 1985 y repetidos en 1989 dieron las mismas proporciones. En Escocia una de cada seis mujeres es violada por su marido.

La experiencia de violencia sufrida por las mujeres en manos de sus compañeros tiene carácter de epidemia. En 1980, un estudio sobre 2.000 parejas casadas comprobó que se habían producido agresiones sexuales en el 28% de ellas, con un 16% de denuncias registrado en el último año. Un tercio de esta violencia era de gravedad: puñetazos, puntapiés, agresión con un objeto, asalto con cuchillo o arma de fuego. En una encuesta de seguimiento efectuada en 1985, los porcentajes eran los mismos. Un muestreo de Harris señaló la presencia de actos violentos en el 21% de las relaciones, cifra que concordaba con el muestreo tomado al azar por Diana Russell en 1982, también del 21%. En una agresión, es la mujer quien sufre daño en el 94,5% de los casos. Por lo menos 1.500.000 mujeres son agredidas anualmente por su pareja. El 25% del crimen violento en los Estados Unidos corresponde a agresión a la esposa. Varios investigadores en Pittsburgh trataron de encontrar un grupo de control compuesto por mujeres no golpeadas, pero el 34% de este grupo de control mencionó una agresión por parte de su pareja. El 10% de las mujeres canadienses son golpeadas por sus maridos y una de cada ocho será agredida por el hombre con quien vive. Los golpes son causa de uno de cada cuatro intentos de suicidio tratados en los servicios de urgencia de los hospitales urbanos en los Estados Unidos. En un estudio del National Institute of Mental Health, el 21,5% de las mujeres que recibieron cuidados urgentes de cirugía eran mujeres golpeadas, el 50% de las mujeres que acudieron a los servicios de urgencia habían sido golpeadas y el 50% de todas las violaciones de mujeres de más de 30 años formaba parte del síndrome de la mujer golpeada. El World Watch Institute afirmó en 1989 que la violencia contra las mujeres era el crimen más extendido en todo el mundo. Catharine MacKinnon, sobre la base de los datos de Russell, declaró que, considerado en su conjunto el 90% de las mujeres habrá de experimentar algún tipo de violencia sexual en el curso de su vida.

Los abusos sexuales relacionan, sin duda, el sexo con la violencia a una edad muy temprana en el 25-33% de la población femenina. Kinsey estableció en 1948 que cerca del 25% de las 4.000 mujeres que estudió habían sufrido una violación o intento de violación por parte de hombres adultos durante su infancia. El estudio de Diana Russell estableció en 1987 que el 38% de las mujeres habían sido agredidas sexualmente por un pariente adulto, un amigo o un desconocido antes de los 18 años de edad. El 28% había sido víctima de abusos graves antes de los 14 años, el 12% de ellas por un miembro de la familia. Bud Lewis, a cargo de una encuesta realizada por el diario *Los Ángeles Times* en 1985, estableció, en su muestreo tomado al azar sobre 2.627 hombres y mujeres en todos los estados, que el 22% de los

interrogados -y el 27% de las mujeres- habían sido objetos de abusos sexuales en su infancia. Se pregunto luego a 1.260 varones si habían abusado sexualmente de una niña. El 10% reconoció haberlo hecho. En el plano mundial, las investigaciones efectuadas en países con tantas diferencias como Australia, Egipto, Israel y la India sugiere que una de cada cuatro familias es incestuosa. En el 80-90% de los casos, las niñas son víctimas de abusos sexuales por parte de un familiar, habitualmente el padre. En El Cairo, del 33 al 45% de las familias tenían hijas víctimas de abusos sexuales por un pariente masculino o un amigo de la familia. Kinsey reveló que se produce un incesto en el 25% de las familias estadounidenses, cifra que guarda relación con las obtenidas en Australia y el Reino Unido. El 66% de las víctimas israelíes eran menores de 10 años y el 25% de las víctimas en los Estados Unidos tenían menos de 5 años. Debbie Taylor, al extender estos datos al resto del mundo, sugiere que por lo menos 100 millones de jóvenes «pueden estar siendo violadas por hombres adultos, generalmente el padre, cada día, semana tras semana, año tras año».

Las cifras son escalofriantes. También lo es la idea de que el mito de la belleza proyecta imágenes sexuales violentas de las mujeres, así como imágenes de «perfección» que pretenden que todas se hagan violencia hacia sí mismas en un ambiente que ha relacionado ya el sexo con la violencia en algún momento de la vida de una mayoría de mujeres. ¿Podría este daño que les es infligido aumentar su voluntad de dañarse a sí mismas? Una comprobación de la revista *Radiance* indicó que el 50% de las anoréxicas de una clínica habían sido víctimas de abusos sexuales. La cirujana plástica Elizabeth Morgan exploró la relación entre el incesto y el deseo de someterse a cirugía plástica después de que muchas de sus pacientes admitieron haber sufrido abuso sexual en su infancia. «Llegué a comprender que muchas de ellas querían borrar el recuerdo de las niñas que eran cuando las agredieron.» Los estudios clínicos de sobrevivientes al incesto muestran que abrigan temores de que «su goce sexual no tenga un buen origen... la mayoría imaginan que ellas son culpables de una falta, que merecen ser castigadas y que si nadie hace justicia, se las administrarán por su cuenta».

La reacción más común entre quienes sobreviven a una violación es un sentimiento de no valer nada, seguido por un odio de su propio cuerpo, acompañado a menudo por trastornos en la ingestión de alimentos (generalmente, comer de forma compulsiva o llegar a la anorexia, con el fin de asegurarse de ser finalmente muy gorda o muy delgada como medio de protección) y rechazo sexual. Si el abuso sexual actúa de esta manera sobre el amor a su propio físico, ¿podría ser posible que las imágenes de agresión sexual y las que invaden su

sexualidad privada provoquen el mismo daño?

Un efecto más extendido de esta atmósfera, el predominio de la violencia sexual y la forma en que se la asocia con la belleza femenina, es que las mujeres, especialmente quizá las jóvenes criadas en contacto con imágenes violentas, pueden llegar a temer su propia belleza y desconfiar de ella, y a sentirse ambivalentes en cuanto a expresar, en el vestir, el movimiento y el adorno, su propia sexualidad. Hoy, tal vez más que nunca, cuando las mujeres jóvenes visten de manera provocativa, se les puede convencer de que están mezcladas en algo peligroso.

La sexualidad de los jóvenes

Al parecer, la exposición a esta violencia elegante y la objetivación de las imágenes sexuales han dañado ya a los jóvenes. Quienes teorizan acerca del eros no llegan a comprender el efecto de la pornografía de la belleza sobre los jóvenes. Gloria Steinem y Susan Griffin separan la pornografía del eros, lo cual tiene sentido si eros ocupa el primer lugar en el desarrollo psicosexual. Las fantasías sobre el tema de la violación pueden no tener significado, como cree Barbara Ehrenreich, para quienes hayan crecido aprendiendo su sexualidad de otros seres humanos. Sin embargo, los jóvenes de hoy no han buscado una sexualidad de placer desde la distancia, desde el peligro: les ha sido dada. Por primera vez en la historia, los niños crecen con un recuerdo sexual primario que no deriva de otro ser humano vivo o de fantasías propias. Desde la extensión de la pornografía en los años sesenta, su sexualidad ha empezado a moldease como respuesta a sugerencias que han dejado de ser humanas. Nada comparable a ello había sucedió jamás en la historia de nuestra especie. Tal fenómeno desplaza a Freud. Los niños y los jóvenes de ambos sexos de hoy tienen identidades sexuales que giran alrededor de fantasmas de celuloide y de papel tomados desde el *Playboy* hasta los vídeos musicales y los anónimos torsos femeninos de las revistas, con rasgos atenuados y mirada borrada, lo cual los marca en masa, deliberadamente deshumanizante e inhumana.

Algo feo parece estar ocurriendo con la sexualidad de los jóvenes como consecuencia de esta situación. El intento de reeducar el sexo hacia la violencia puede estar a punto de triunfar. Hilde Bruch llama a las mujeres nacidas después de 1960 «las generaciones de anoréxicas». Dado que la legislación sobre obscenidad se ha hecho menos estricta a partir de los años sesenta y los niños nacidos desde entonces han crecido en una atmósfera de imágenes cada vez más violentas y degradantes (de la cual se apartan las jóvenes a través de la anorexia), debemos reconocer que los jóvenes nacidos después de 1960 merecen el nombre de «generaciones pornográficas».

Hoy se bombardea a las jóvenes con una especie de radiación causada por la exposición excesiva a la pornografía de la belleza, la única fuente que se les brinda para imaginar la sexualidad femenina. Salen al mundo sexualmente desamparadas. Están desprovistas de la seguridad represiva de su valor sexual que les confería la virginidad o una alianza de oro -la sexualidad valía algo cuando el hombre se comprometía a trabajar toda su vida para acceder a ella-, y aún no se han armado de un sentimiento de orgullo sexual. Antes de 1960, los

adjetivos «buena» y «mala», aplicados a la mujer, se equiparaban a «no sexual» y «sexual». Después del incremento de la pornografía de la belleza y de la semirrevolución sexual, «buena» comenzó a ser sinónimo de «bella», delgada y, por lo tanto, sexual, y «mala» significó «fea», gorda y, por lo tanto, no sexual.

En el pasado, las mujeres se sentían vulnerables, en la cama prenupcial, en el embarazo, en el aborto ilegal y en el abandono. Hoy las jóvenes se sienten vulnerables al ser juzgadas. Si se les dicta una sentencia dura, o aunque sólo sea una sospecha o un proyecto, no es tanto su reputación la que sufre, sino la estabilidad de su universo moral. No han tenido mucho tiempo para explorar la revolución sexual y tomar posesión de ella. Antes de que las viejas cadenas pudiesen enfriarse, mientras las jóvenes estaban todavía frotándose los tobillos para dar unos pasos vacilantes, las industrias de belleza se encargaron de impulsar nuevas investigaciones, y la pornografía de la belleza les ofreció una esclavitud bien diseñada.

Los treinta años de esclavitud sexual en la «cosificación» elegante o el sadomasoquismo pueden haber dado origen a una generación que realmente cree que el sexo es violento y que la violencia es sexual, siempre que dicha violencia se dirija a las mujeres. Si creen esto no es porque sean psicópatas, sino porque esa representación es la norma en nuestra cultura de masas.

El 12% de los padres británicos y norteamericanos permiten a sus hijos mirar películas violentas y pornográficas. Pero no es necesario mirarlas para tener una idea. Susan Cole señala que el canal MTV, que emite videoclips de rock, «parece estar ajustándose a las pautas pornográficas». En estos vídeos de rock, ambos sexos reunidos en una sala contemplan la línea de fantasía oficial de la cultura sobre lo que se supone que deben hacer juntos, o bien, más a menudo, el aspecto que se supone que ella debe tener mientras él está haciendo lo que hace a la vez que la mira. En contraste con las versiones que aparecen en las revistas, este material tiene movimiento, con lo cual complica las fantasías sexuales de la joven alrededor de la belleza, ya que añade unos niveles de instrucción que van más allá de la simple pose. Ahora deben cuidar cómo se mueven, se desnudan, hacen muecas, fruncen los labios, respiran y gritan durante un encuentro sexual. En el paso de la página impresa al vídeo, su autoconciencia se ha vuelto tridimensional.

También ha cambiado su sentido de un peligro menor. Los asesinos sexuales aparecen en la MTV como héroes. El vídeo de *Midnight Rambler* de los Rolling Stones es un himno al estrangulador de Boston

(«Te meteré un cuchillo bien en la garganta»), Thin Lizzy canta *Killer on the House*, sobre un violador («Estoy buscando a alguien. Podría estar buscándote a ti...»), Trevor Rubin canta *The Ripper* (el destripador). Los vídeos de Motley Crue exhiben mujeres como esclavas sexuales en jaulas. En el vídeo de Rick James, éste viola a su amiga. En *The way you make me feel* de Michael Jackson, una pandilla persigue a una mujer sola. Duran Duran muestra figuras femeninas encadenadas y sus *Girls on Film*, observa Susan G. Cole, «parecen todas haber salido de una película X». En el espectáculo de Alice Cooper, dice el diario The *Guardian*, «una muñeca de tamaño natural yace en el suelo delante de él, con esposas y vistiendo una malla y unas medias desgarradas. Parece haber sido estrangulada con una manguera de plástico». «Yo la quería», canta Guns n'Roses, «pero tuve que matarla». La crítica del «extremismo» roquero nos expone a la calificación de reaccionarios. Pero al recurrir a estas imágenes, la reaccionaria es la música rock. Las imágenes de mujeres estranguladas, encerradas en jaulas no sobrepasan los límites. Son más bien un cliché vulgar de un orden social de masas. La música rock no está a la altura de su tradición subversiva cuando erotiza el mismo masoquismo fomentado por el *establishment* en el pasado, en lugar de promover el juego experimental con los roles de cada sexo que nos hagan verlos con otros ojos.

Desgraciadamente la originalidad musical no es lo único que está en juego. La cadena MTV establece las pautas en materia de belleza para las jóvenes de hoy. Si las mujeres en la cultura de masas son «bellas» y «maltratadas», el maltrato se convierte en un atributo para ser deseable. Para los hombres jóvenes, la guapa es aquella que nunca dice no y que no es realmente humana. Las estadísticas de violaciones cometidas durante las salidas en parejas son prueba de la lección inculcada.

En 1986, la Universidad de California en Los Ángeles informó de que el 30% de los universitarios afirmaba que cometerían una violación si tuviesen garantías de impunidad. Cuando en la encuesta se cambió la palabra «violación» por la frase «forzar a una mujer a una relación sexual», el 58% dijo que querría hacerlo. La revista Ms encargó un estudio, patrocinado por el National Institute for Mental Health, sobre 6.000 universitarios de ambos sexos en 32 universidades de todo el país. En el año anterior a la encuesta 2.971 chicos universitarios habían cometido 187 violaciones, 157 intentos de violación, 327 actos de coacción sexual y 854 intentos de formar una unión sexual no deseada. El estudio de Ms llegó a la conclusión de que las «escenas en el cine y en la televisión que reflejan violencia y fuerza en las relaciones sexuales tienen una relación directa con la familiaridad con

la violación».

En otro estudio sobre 114 estudiantes, surgieron las siguientes respuestas:

> Me gusta dominar a una mujer: 91,3%
> Disfruto con la parte de conquista del sexo: 86%
> Algunas mujeres parecen pedir que las violen: 83,5%
> Me excito cuando una mujer se resiste en la relación sexual: 63,5%
> Sería excitante hacer uso de la fuerza para someter a una mujer: 61,7%

En el estudio de *Ms* un hombre de cada doce, es decir, el 8% de los que respondieron habían violado o intentado violar a una mujer después de los 14 años (la única diferencia sostenida entre este grupo y los que nunca habían atacado a una mujer era que los del primer grupo afirmaron que leían pornografía muy a menudo). Los investigadores de las universidades de Emory y Auburn, en los Estados Unidos, establecieron que el 30% de los estudiantes varones consideraban que la cara de una mujer que refleja desesperación, dolor o temor, es más atractiva desde el punto de vista sexual que una que expresaba placer. De quienes respondieron en este grupo, el 60% había cometido actos de agresión sexual.

Las mujeres lo tienen mal. Según el estudio de Ms, el 25% de las que respondieron habían tenido una experiencia encuadrada dentro de la definición legal de violación o intento de violación en los Estados Unidos. En el año anterior al estudio, en un grupo de 3.187 mujeres podían contarse 328 violaciones, 534 intentos de violación, 837 de coacción sexual, y 2.024 habían experimentado episodios de contacto sexual no deseado. Las violaciones en el curso de salidas en pareja muestran, mejor que las perpetradas por un desconocido, la confusión que tiene los jóvenes entre sexo y violencia. De las mujeres violadas, el 84% conocía al atacante y el 57% había sufrido estos ataques durante una salida en pareja. Así pues, la violación durante estas salidas es algo más común que ser zurdo, alcohólico o enfermo del corazón. En 1982, un estudio realizado en la Universidad de Auburn indicó que el 25% de las estudiantes había tenido, por lo menos, una experiencia de violación. El 93% de ellas fueron cometidas por alguien conocido. Entre los hombres, el 61% había forzado un contacto sexual con una mujer. Otro estudio de la Universidad de st. Cloud de 1982, revelo un 29% de mujeres violadas. El 20% de las estudiantes encuestadas en la Universidad de South Dakota habían sido violadas al salir con un chico; en la Universidad de Brown lo había sido el 16%, y

el 11% de varones de esta misma universidad declaró haber forzado a una mujer. El mismo año, en la Universidad de Auburn, el 15% de los estudiantes varones había violado a una mujer durante una salida en pareja.

Las mujeres tienen el cuádruple de probabilidades de ser violadas por alguien conocido que por un desconocido. Las chicas, igual que los chicos, ven la violencia sexual como algo normal. Una serie de estudios sucesivos ha revelado que las mujeres violadas por hombres conocidos ni siquiera identifican la experiencia como violación. Sólo el 27% en el estudio de Ms lo hizo. Esta incapacidad de calificar como violación lo que les sucedió ¿significa que escapan a sus efectos ulteriores? El 30% de las mujeres violadas, llamaran o no violación a su experiencia, pensó después en suicidarse. El 31% recurrió a la psicoterapia y el 82% manifestó que consideraba que la experiencia las había cambiado para siempre. El 41% creía que podría volver a ocurrirle. El 1980 se identificó el síndrome del estrés postraumático, y hoy ya se considera como común entre quienes sobreviven a una violación. Las mujeres que no la llaman por su nombre sufren en igual medida que las que sí lo hacen la depresión, el odio hacia sí mismas y los impulsos suicidas posteriores. Es probable que su experiencia las marque para siempre. En el estudio de Ms, el 41% de las jóvenes violadas eran vírgenes; el 38% tenía entre 14 y 17 años en el momento de la agresión. Tanto para los violadores como para sus víctimas, el promedio de edad al producirse el hecho era de 18,5 años. Las universitarias tienen también relaciones que incluyen la violencia física. Entre el 21 y el 30% de las jóvenes mencionan actos de violencia por parte de los hombres con quienes salen.

Entre los adolescentes más jóvenes la tendencia es aún peor. En un estudio de la UCLA sobre entrevistados de 14 a 18 años, los investigadores señalan que «al parecer hemos descubierto indicios aterradores de una nueva generación que entra en el mundo adulto de las relaciones con unas ideas totalmente anticuadas hoy en día». Más del 50% de los varones y cerca del 50% de las mujeres consideraba aceptable que un hombre violase a una mujer si ella lo excita sexualmente. Otro estudio reciente en Toronto señala que los niños están adquiriendo pautas de dominación y sometimiento a una edad más temprana. Más del 14% de los chicos del penúltimo año de secundaria (17-18 años) declaró haberse negado a aceptar una negativa, y el 25% de las mujeres de la misma edad afirmó haber sido sometidas. El 80% de las mujeres declaró haber experimento alguna relación violenta. «A pesar de las esperanzas en un sentido contrario, la pornografía y la cultura de masas participan en la destrucción de la sexualidad mediante la violación y el esfuerzo de formas de

dominación masculina y sometimiento femenino, de tal manera que muchos jóvenes creen, sencillamente, que el sexo es así. Ello significa que muchos de los violadores del futuro imaginarán estar actuando dentro de las normas socialmente aceptadas.»

la representación cultural de la degradación disfrazada con atributos atractivos ha creado una situación entre los jóvenes en la que ellos violan y ellas son violadas como si tal cosa fuese normal. Los varones pueden ignorar que lo que hacen está mal. La representación gráfica del sexo como violencia ha dado origen a una generación de jóvenes capaces de violar a mujeres sin tener conciencia de lo que hacen. En 1987, una joven de Nueva York, Jennifer Levin fue asesinada en Central Park después de un ataque sexual sadomasoquista; un compañero de clase suyo comentó con gran frialdad a un amigo que aquél era el único tipo de actividad sexual que tenían todos lo que él conocía. En 1989, cinco adolescentes de Nueva York violaron y golpearon salvajemente a una joven que corría por el parque. Los diarios se llenaron de preguntas que reflejaban la confusión. ¿Era un problema racial? ¿Un problema de clase? Nadie advertía que, en la subcultura de la fantasía con que se nutre a los jóvenes, aquello era un hecho normal.

Estas cifras demuestran que la educación para la lucha contra el sida ha sido completamente ingenua. Si a una cuarta parte de las mujeres se les ha negado ejercer algún tipo de control en una relación sexual, muy pocas probabilidades tienen de poder protegerse contra esta enfermedad mortal. En un debate sobre violencia sexual en la Universidad de Yale, el tema más común era la nueva versión de un viejo crimen. Cuando una mujer estipula un encuentro sexual seguro, o sin penetración, el hombre suele eyacular dentro de ella aunque ella no quiera. La educación sobre el sida no irá muy lejos mientras no se enseñe a los jóvenes a no violar a las mujeres y sí, en cambio, a erotizar sentimientos como la confianza y el consentimiento; y mientras las jóvenes no reciban el apoyo que necesitan para redefinir su sexualidad. Sólo cuando ello ocurra, el sexo en la era del sida quedará liberado del aura de terror que hoy parece rodearlo en tantos campus universitarios.

En la literatura y las películas recientes destinadas a los jóvenes, la violencia sexual o la alienación son el rasgo predominante. En una película de Steven Soderbergh, *Sexo, mentiras y cintas de vídeo*, el protagonista no puede hacer el amor con una mujer de verdad, pero se masturba mientras contempla sus confesiones sexuales grabadas en vídeo. En la novela de Bret Easton Ellis, *Less Than Zero*, unos chicos ricos y aburridos miran películas pornográficas, mientras que la

imagen de una chica preadolescente aparece como *leit-motiv* en toda la obra. En el libro de Tama Janowitz *Slaves of New York*, las mujeres son esclavas sexuales a cambio de vivienda. (El eslogan de los almacenes Bloomingdale, basado en la novela, te pregunta si «eres una esclava de tu novio».) En *Lust*, de Susan Minot, la protagonista describe su promiscuidad como algo que la «hace sentirse como un trozo de carne machacada». La de *Love Me Tender*, de Catherine Texier, busca humillaciones sexuales cada vez más violentas («Aquella noche lo hicimos con tanta fuerza», canta Sidney O'Connor, «que había sangre en la pared»). El amor sexual romántico, íntimo, queda en su mayoría restringido a las novelas sobre homosexuales, como las de David Leavitt, Michael Chabon y Jeanette Winterson. Es como si, en un ambiente de imágenes heterosexuales violentas, los jóvenes se hubiesen refugiado en un distanciamiento sexual opaco y doloroso que está más allá de la guerra; es semejante a la vida cotidiana en una ciudad militarizada, en la cual civiles y soldados ya tienen poco que decirse.

Evidentemente, estas imágenes son dañinas para la sexualidad. ¿Son dañinas para el amor?

Belleza versus amor

Hasta hace poco, se mantenía a los hombres en la ignorancia de los detalles de la sexualidad femenina y del acto de dar a luz. Los flamantes padres debían permanecer en la sala de espera del hospital. Aparte de protegerse de las enfermedades venéreas o de los matrimonios a punta de pistola, el hombre dejaba la anticoncepción en manos de la mujer. La menstruación era un tema tabú. Se ocultaba a los hombres los aspectos más sucios del trabajo doméstico y de la crianza de los hijos. Estos detalles eran parte de la esfera femenina, que las separaba de ellos por una línea que no les era permitido cruzar. Que el hombre entrase en contacto con «los misterios femeninos» de la reproducción y de la vida doméstica equivalía, al parecer, a ponerse a merced de un poder mágico que le quitaba la masculinidad. Se suponía que podrían desmayarse o bien armar un lío mayúsculo. Así cuando papá, muy despeinado, le pasaba exasperado el bebé a mamá, no hacía más que rendirle el tributo a su habilidad de mujer por su ignorancia de hombre. Naturalmente, ella sabía más. Si los hombres cruzaban la línea divisoria de los sexos, quedaban en ridículo.

Hoy en día, muchos hombres sienten la libertad de ser padres de verdad. Los que se alegran de lo que han recibido a través de su paternidad pueden mirar hacia el pasado y comprender cómo se los excluía de una preciosa experiencia. Como el antiguo tributo dejaba el trabajo monótono a las mujeres, cabría haber supuesto que ellas eran las víctimas, pero como el tedio y las fatigas de los «misterios femeninos» son inseparables de sus alegrías, los hombres también salían perdiendo. No hace mucho tiempo la división del trabajo doméstico se consideraba biológica, inalterable. Pero cambió.

Hoy los «misterios de la mujer» en torno a la belleza en la sexualidad, la belleza *como* sexualidad, parecen biológicos e inalterables. Se los cubre también de halagos que manipulan a las mujeres, mientras parece que dan al hombre mayor ventaja social. También cargan a las mujeres con obligaciones, mientras que, al mismo tiempo, mantienen al hombre alejado de una gran fuente de felicidad. Hoy el hombre debe afrontar el ridículo ante los demás hombres si se une a su mujer más allá del mito de la belleza. Por ahora, los dos lo tienen un poco difícil en esta relación, pero también esto puede cambiar.

Los misterios de la belleza, que ocuparon el espacio vacío de *la mística femenina* de la domesticidad, constituyen actualmente los aspectos que las mujeres más censuran de sí mismas. Por lo menos un estudio

importante prueba que el mito exaspera tanto a los hombres como a las mujeres. La «preocupación por su aspecto, por su cara y su pelo» ocupaba los primeros lugares entre las cualidades que más fastidiaban a los hombres en las mujeres. Estos misterios son los que los hombres no saben cómo discutir con ellas cuando intentan amarlas sin hacerles daño. Recuperan algo que casi se perdió cuando las mujeres dejaron su condición de esclavas en el matrimonio: sospecha, hostilidad, incomprensión, obsequiosidad y rabia.

Supongamos que un hombre ama realmente a una mujer. La ve como su igual, su aliada, su colega; pero cuando ella se interna en ese otro dominio se vuelve insondable. Bajo la luz de Krypton que él ni siquiera ve, ella se pone enferma, se aleja de su alcance y se convierte en un miembro de otra casta, una Intocable.

Quizás él la tiene por segura de sí misma; pero cuando ella se sube a la balanza del cuarto de baño, se hunde en una masa de reproches hacia sí misma. También la tiene por madura; pero cuando ella vuelve a casa con un mal corte de pelo, se pone a llorar de vergüenza, tanto que ni puede expresarse. Él la tiene por prudente; pero ella se queda sin botas de invierno porque se ha gastado medio salario semanal en un aceite mineral elegantemente envasado. Él la tiene por alguien que comparte su amor por el aire libre; pero ella se niega a acompañarlo a la playa hasta haber terminado su ayuno de primavera. Es grato convivir con ella, pero rechaza con malos modos una porción de tarta de cumpleaños, sólo para devorar a escondidas los restos de cualquier cosa bajo la fría luz del amanecer.

Nada de lo que él pueda decir sobre este asunto será correcto. No puede hablar. Diga lo que diga, la ofenderá. Si la consuela diciendo que todo esto es trivial, ella no comprende. Si se muestra de acuerdo en que es serio, es peor. Él no puede amarla cuando piensa que es gorda y fea. Si dice que la quiere tal como es, es peor aún: él no piensa que sea guapa. Si le dice que la quiere porque es guapa, es lo peor de todo, aunque no puede decírselo a nadie. Se supone que esto es lo que más desea en el mundo, pero la hace sentirse abandonada, sin amor, sola.

Él es testigo de algo que no puede comprender de ninguna manera. Su misteriosa conducta mantiene una zona de incomprensión en la visión que él tiene de ella. Protege una tierra de nadie, un territorio inhabitable entre los sexos cada vez que la pareja osase declarar un alto el fuego.

Tal vez él levante las manos en un gesto de desaliento. Tal vez se

muestre irritable o condescendiente. A menos que disfrute del poder que esto le confiere sobre ella, es probable que llegue a aburrirse. Le pasaría lo mismo a la mujer si el hombre que ama estuviese atrapado en algo tan sin sentido, donde nada de lo que ella pudiera decirle le afectase.

Aun cuando una mujer y un hombre consigan construir este castillo de arena -una relación entre iguales-, la corriente irrefrenable se asegurará de que persista en la mujer un rótulo que la califica como lo mismo de siempre, mitad niña, mitad salvaje. Él puede elegir a la que prefiera. Aquí, al menos, los antiguos insultos siguen siendo aplicables.

Histérica. Supersticiosa. Primitiva. Peculiar. Otros.

«Es bonita, ¿no?», pregunta ella. «No está mal», responde él. «¿Y tú crees que yo soy tan bonita?» «Eres estupenda» «¿Debería cortarme el pelo así?», quiere saber ella. «Te quiero tal como estás», dice él. «Y eso, ¿qué quiere decir?», pregunta ella, furiosa. La cultura ha establecido que los hombres y las mujeres deben herirse y ofenderse por esta cuestión. Nadie puede ganar mientras las desigualdades permanecen inmóviles. En el diálogo, el hombre ha dicho algo que en una cultura libre del mito de la belleza sería una máxima expresión de amor. La ama físicamente por ser quien es. En nuestra cultura, en cambio, la mujer se ve obligada a tirarle el elogio a la cara, porque se supone que eso tiene menos valor que el que él la valore como un objeto de arte de primera calidad. Si el hecho de que la ame «tal como es» se considerase más apasionante que recibir de él una calificación numérica, la mujer se sentiría segura, deseable, irreemplazable. Pero en tal caso no tendría necesidad de comprar tantos productos. Se querría demasiado a sí misma. Le gustarían demasiado las otras mujeres. Hablarían en voz alta.

El mito de la belleza dispone las cosas de esta manera. Una alta calificación como objeto de arte es el único tributo de valor que una mujer puede arrancarle a su pareja. Si él aprecia su cara y su cuerpo porque son de ella, eso no vale casi nada. Está muy bien pensado. El mito logra que las mujeres ofendan a los hombres cuando rechazan la valoración sincera de que son objeto. Logra que los hombres ofendan a las mujeres simplemente por darles su valoración sincera. Consigue contaminar la frase «eres hermosa», tan próxima a «te quiero», por cuanto expresa un lazo de cariño entre un hombre y una mujer. El hombre no puede decirle a una mujer que le encanta mirarla sin que ella se sienta infeliz. Si nunca se lo dice, está destinada a ser infeliz. Y la mujer más «afortunada» del mundo, cuando le dicen que la aman

«porque es bella», se atormenta porque no está segura de ser deseada por lo adorable que ella cree parecer.

Éstas inútiles rencillas muestran algo más profundo que la mera inseguridad de las mujeres. No es la inseguridad, sino, cuando la mujer siente realmente respeto por sí misma, la hostilidad. ¿Por qué su pareja, por ser hombre, está en posición de juzgarla comparándola con otras mujeres? ¿Por qué necesita conocer su posición, y odiar esa necesidad y odiar saberlo? ¿Por qué la respuesta de él habría de tener un poder tan exagerado? Pero lo tiene. Él no sabe que lo que le dice afectará sus sentimientos la próxima vez que hagan el amor. Está enojada por una serie de buenas razones que pueden no tener nada que ver con las intenciones de ese hombre en particular. El intercambio le recuerda que a pesar de toda esa trama de igualdades cuidadosamente entretejidas, no son iguales en un aspecto tan crucial, que basta un hilo cortado en ese punto, para deshacer el resto.

Así como la «belleza» no tiene relación con el sexo, tampoco la tiene con el amor. Ni siquiera el hecho de tenerla otorga amor a una mujer automáticamente, aunque el mito lo afirme. El antagonismo entre belleza y amor provoca que muchas mujeres bellas muestren un gran cinismo frente a los hombres. «Sólo Dios, querida» escribió frívolamente Yeats, «podría amarte por ti misma y no por tus hermosos cabellos». Esta cita es poesía ligera, pero a la vez es una tragedia épica en tres líneas. La mujer bella queda excluida para siempre de las recompensas y responsabilidades de una amor humano especial, porque no puede esperar que ningún hombre la ame «sólo por ella misma». Hay una duda infernal, inherente al mito, que hace que la «belleza» impersonal sea un requisito previo para el amor: ¿adónde va el amor cuando la belleza desaparece? Y si una mujer no puede ser amada «por ella misma», ¿por quién está siendo amada? Auden sabía que lo que está «grabado en los huesos» de hombres y mujeres es anhelar «no el amor universal / sino ser amados solos». El amor que ofrece el mito de la belleza es universal: la rubia de labios carnosos de este año, la ninfa desmelenada de esta temporada.

La verdad es que ansiamos ser amados tal como lo éramos, si fuimos afortunados, cuando niños: acariciado cada dedito del pie, admirado cada miembro porque era sólo nuestro, incomparable. Como adultos, buscamos liberarnos de la escala de comparaciones en el amor romántico. Ante los ojos del ser verdaderamente amado, hasta la más cínica de nosotras deseará creer que es «la mujer más hermosa» porque verdaderamente nos verán y nos conocerán como seres individuales. El mito de la belleza, en cambio, nos ofrece la perspectiva opuesta. Si hay un conjunto de rasgos digno de ser amado,

esos rasgos pueden reemplazarse. Los elementos que hacen única a cada mujer -la irrepetible irregularidad de su cara, la cicatriz de una herida de la infancia, las líneas y arrugas de una vida de reflexión y de alegría, de penas y de rabia- la excluyen de las filas de las bellezas míticas y del territorio de placer del amor.

Al tener que presentarse ante su amante como «bella», la mujer nunca llega a ser conocida del todo. Se levanta al alba para pintarse la cara. Deja los brazos de él para correr alrededor de un campo cercado por una alambrada. Necesita coquetear con desconocidos porque el deseo que él siente por ella no alcanza a llenar el agujero negro, ni a compensarla por lo que ha sacrificado. Ambos permanecen en equilibrio sobre un eje poco seguro, su cara, su cuerpo. Mary Gordon describe en Final Payments cómo el mito lleva a las mujeres a ocultarse de los hombres: «Sabía que no podía de ningún modo verlo tal como yo estaba, con la barriga colgando por encima de las bragas, con los muslos rozándose uno con otro... Tendría que hacer tanto antes de poder verlo... Y lo sabía, y por saberlo lo odié por un instante, porque sin mi belleza él no me amaría». En la medida en que nunca la conocerá en tal situación, el hombre nunca la conocerá del todo. Y en la medida en que ella no puede confiar en que él la quiera en ese momento, con su «belleza» en eclipse, ella nunca podrá confiar del todo en él.

El ejercicio de la belleza da a las relaciones entre hombres y mujeres un carácter dictatorial. Depositar el placer, o el sexo, o la comida, o la autoestima en manos de un juez personal convierte al hombre en un legislador de su placer en lugar de ser un compañero con quien compartirlo. Al convertir al hombre en árbitro del placer de la mujer, que debe ser sacrificado por el placer aparente que le dará a él su «belleza», el mito alimenta el resentimiento: es una tiranía. Hoy la belleza es lo que antes era el orgasmo femenino, algo dado por los hombres a las mujeres, siempre que se sometiesen a su papel femenino y tuviesen suerte.

Hombres

Contemplar un objeto de arte creado en el cuerpo de una mujer viva puede ser una de las formas con que el hombre se engaña para creerse inmortal. Si los ojos de una mujer son el espejo en que se mira, y el espejo envejece, ese hombre debe ver que también él envejece. En nuestro espejo, o un espejo de fantasía hecho más de belleza que de carne y sangre corruptibles lo librará de conocerse a sí mismo. El contacto arruinaría la naturaleza ideal de ese espejo. En la «Oda sobre una urna griega», Keats escribió: «Ella no puede palidecer, aunque tú no tengas tu dicha. ¡Eternamente amarás tú, y ella será bella!». La gramática ambigua de los versos, origen de noches de insomnio de varias generaciones de colegiales, reitera a las mujeres la promesa de que obtendrán el amor sólo si escapan del tiempo. ¿Eternamente amarás tú porque ella será eternamente bella? El lado oscuro de la cuestión, observa la niña, es que si no es eternamente bella, él no la amará eternamente.

¿Es bueno el mito para los hombres? Los perjudica, porque les enseña cómo evitar amar a la mujer. Más aún, les impide verlas de verdad. Contrariamente a lo que afirma su ideología, no estimula ni gratifica el ansia sexual. Al sugerir una imagen en lugar de una mujer, su efecto es adormecer y reducir todos los sentidos salvo el de la vista, aunque también este último queda deteriorado.

Simones de Beaterio dijo y Germaine Greer repitió, que ningún hombre es libre de amar a una mujer gorda. Si ello es verdad, ¿cuánta libertad tienen los hombres? Las mujeres pueden imaginar lo árido afectivamente que resulta para los hombres la experiencia del mito, cuando miran a su pareja y tratan de imaginarse a sus amigas y colegas criticándolas por tener un amante -por muy ingenioso, poderoso, famoso, sexy, rico o bondadoso que sea- que no se parezca al David de Miguel Ángel.

Cuando una mujer mira a un hombre, puede desagradarle desde el punto de vista físico por su talla, su tez o sus proporciones. Sin embargo, una vez que le ha gustado y lo ama, no quieres que sea diferente en nada. Para las mujeres, el cuerpo se vuelve hermoso y erótico a medida que van amando al propietario. El cuerpo en sí, su olor, su tacto, su voz y sus movimientos se cargan de calidez a través de la persona deseable que le da vida. Hasta Gertrude Stein dijo de Picasso que «a primera vista no había nada especialmente atractivo en él… pero su aire radiante, el fuego interior que uno intuía en él, le daban una especie de magnetismo que no pude resistir». Con el mismo

criterio, una mujer puede amar a un hombre como obra de arte, pero perderá todo interés sexual en él si resulta ser un tonto. La forma en que las mujeres estiman sexualmente el cuerpo de los hombres prueba que se puede mirar a una persona sexualmente sin destrozarla.

¿Qué sucede con el hombre que adquiere una mujer «hermosa» y cuyo único objetivo es esta belleza? Se destruye a sí mismo. No ha obtenido una amiga, una aliada, alguien en quien confiar y que confíe en él. Ella sabe muy bien por qué la ha elegido. Él ha conseguido adquirir un conjunto de inseguridades que crea sospechas mutuas. Algo gana, es verdad: la estima de otros hombres impresionados por su adquisición.

Algunos hombres se excitan sexualmente frente a la «belleza» de una mujer, del mismo modo que algunas mujeres sienten placer sexual al prensar en el dinero o poder de un hombre. Se trata de una cuestión de prestigio, una forma de exhibicionismo cuyo poder se deriva de que el hombre imagina a sus amigos imaginándole a él haciendo lo que hace en el momento en que está haciéndolo. Algunos hombres experimentan una sensación sexual cuando huelen el tapizado de cuero de un nuevo Mercedes-Benz. No se puede decir que tal sensación no sea real, pero se basa en el significado que otros hombres asignan a ese cuero. No existe una atracción psicosexual hacia el cuero en sí. Hay, eso sí, una respuesta masculina refleja, no instintiva, a la fría economía del mito de la belleza; pero eso se puede separar completamente de la atracción sexual, del cálido diálogo del deseo.

Cuando los hombres se excitan sexualmente más con lo símbolos de la sexualidad que con la sexualidad misma de una mujer es que son fetichistas. El fetichismo considera una parte como si fuese el todo. Quienes eligen una amante sobre la base exclusiva de su «belleza» tratan a esa mujer como un fetiche, es decir, consideran a una parte de ella, su imagen visual, ya que no se trata siguiera de su piel, como si fuese su personalidad sexual. Freud sugiere que el fetichismo es un talismán contra el fracaso en la actuación.

El valor de la mujer como fetiche reside en la forma en que su «belleza» le confiere a él prestigio ante los ojos de los demás hombres. Así, cuando un hombre tiene una relación sexual con una mujer elegida sólo por su belleza impersonal, hay muchos hombres en su habitación, pero la mujer no está con ellos. Estas relaciones son frustrantes para ambos, porque deben desarrollarse en público para lograr esa afirmación constante y siempre renovada del alto valor de cambio de la mujer. Las relaciones sexuales, no obstante, siempre vuelven al espacio privado, donde la «bella», tan fatigosamente humana como cualquier otra mujer, comete el insistente error de pedir

que la conozcan.

En la actualidad hay hombres que ya no pueden responder a nada, salvo a la Doncella de Hierro. Un profesor de técnica literaria dice que todos los años, cuando solicita un trabajo sobre el tema de la imagen en los medio de comunicación, las mujeres escriben que sus compañeros se sienten decepcionados porque las mujeres no se parecen a las que salen en la pornografía. Si algunos han llegado al punto de «necesitar» la pornografía de la belleza -Binet llevó a cabo sencillos experimentos que probaron que, cuando las imágenes sexuales eran precedidas por la de una bota, conseguía provocar una respuesta sexual con la bota-, es porque la relación estímulo-respuesta se ha producido en las mejores condiciones de laboratorio: la ignorancia en que la sociedad trata de mantener a los hombres respecto de la sexualidad femenina.

Por consiguiente, hasta las mujeres que toman en serio la pornografía de la belleza dirigida a los hombres y que tratan, llegando a lograrlo, de tener ese aspecto, están condenadas a un desengaño. Los hombres que leen ese material no lo hacen porque deseen que las *mujeres* tengan ese aspecto. El atractivo de lo que tienen en los brazos no es que sea una mujer, sino un espacio bidimensional en forma de mujer. Es un producto cuyo interés no es la fantasía de que la modelo cobrará vida. Lo fascinante es que nunca vivirá. Si cobrase vida arruinaría una visión que no tiene nada que ver con la vida.

La belleza ideal es ideal porque no existe. La acción se encuentra en la distancia que hay entre el deseo y su gratificación. Sin distancia, las mujeres no son bellezas perfectas. En una cultura consumista, ese espacio resulta lucrativo. Para los hombres el mito de la belleza se mueve como un espejismo; su poder reside en que siempre se está alejando. Si la distancia desparece, lo único que el amante encuentra entre sus brazos es su propia desilusión.

En realidad, el mito socava la atracción sexual, ese diálogo, danza o ejercicio en la cuerda floja basado en las cualidades únicas, recuerdos, pautas de deseo de las dos personas involucradas y no en una belleza genérica. La atracción es una acomodación sexual mutua en la que dos personas imaginan cómo funcionarán juntas.

La «belleza» es sólo visual, más real en una película o en piedra que en tres dimensiones vivas. La vista es el sentido monopolizado por los publicistas, que pueden manipularla con mucha más facilidad que a un ser humano. Pero con los otros sentidos, la publicidad está en desventaja, ya que los seres humanos saben oler, saborear, tocar y

hablar mucho mejor que la más ingeniosa campaña publicitaria. Así pues, para que los seres humanos fuesen consumidores más confiados y más sexualmente inseguros, fue necesario distanciarlos de estos otros sentidos más sensuales. Aun en el dormitorio hace falta tomar distancia para ver realmente mejor; pero otros sentidos son más embriagadores cuando nos aproximamos. La «belleza» descarta el olfato, la respuesta física, los sonidos, el ritmo, la química, la textura, la compenetración, en favor de un retrato sobre una almohada.

La forma, el peso, el tacto y la textura del cuerpo son algo de importancia fundamental para el placer, pero los cuerpos que llenan estos requisitos nunca son idénticos. La Doncella de Hierro está producida en serie. El mundo de la atracción se hace más débil y más frío a medida que todos, primero las mujeres y luego los hombres, comienzan a parecerse entre sí. Con el uso creciente de máscaras, los seres humanos pierden la presencia del otro.

Desgraciadamente, los signos que permiten que hombres y mujeres encuentran la pareja que más les agrada se confunden por culpa de la inseguridad sexual creada por la ideología de la belleza. La mujer consciente de sí misma no puede alejarse para dejar que entre en juego su sensualidad. Si tiene hambre, estará tensa. Si está «arreglada», estará pendiente de cómo se refleja en los ojos de él. Si se avergüenza de su cuerpo, dejará de moverse. Si no cree tener derecho a despertar interés, no exigirá el espacio que necesita para resplandecer. Si el campo de visión del hombre está encerrado en la caja de la «belleza», una caja que se encoje continuamente, no podrá ver a su mujer, su verdadero amor, que está siempre allí, junto a él. «Christian Lacroix devuelve a las mujeres su feminidad», reza un slogan publicitario. «Feminidad» es la palabra clave para «ser mujer», a la que se suma cualquier cosa que la sociedad venda en ese momento. Si «feminidad» equivale a sexualidad femenina, a ser deseables, las mujeres nunca la perdieron y no necesitan volver a comprarla. Siempre que sientan placer, las mujeres tienen un «buen» cuerpo. No tienen por qué ser sensuales. Siempre lo han sido. Tampoco necesitan ganarse una buena atención erótica. Siempre la han merecido.

La feminidad y su sexualidad son hermosas, cosa que las mujeres sospechan desde hace largo tiempo. En su sexualidad ya son físicamente bellas, maravillosas.

También hay muchos, muchos hombres que lo ven así. Los hombres que aspiran a definirse como amantes de verdad de una mujer miran lo que ven del pasado en la cara de una mujer, el pasado antes de

haberla conocido, la aventura y las tensiones vividas por su cuerpo, las marcas de sus juegos infantiles, los cambios provocados por la maternidad, sus características individuales, la luminosidad de su expresión. El número de hombres que la ven ya de esta manera es mucho mayor de lo que pretende hacernos creer la cultura de masas, que tiene necesidad de contar la historia con la moraleja opuesta.

«La gran mentira» se basa en la idea de que, si la mentira es lo suficientemente grande, la gente la creerá. La idea de que las mujeres adultas, con su conjunto de características sexuales plenamente desarrolladas, no tengan bastante aptitud para estimular y satisfacer el deseo sexual masculino, y la idea de que la «belleza» las hará completas, es la Gran Mentira del mito. En todas partes a nuestro alrededor hay hombres que la contradicen. La realidad es que la versión de la sexualidad que ofrece el mito es, por definición, una falsedad. La mayoría de los hombres atraídos sexualmente en este momento por una mujer, los que flirtean con ellas, les hacen el amor, tienen mujeres que parecen exactamente lo que son.

El mito ha estereotipado la sexualidad, representándola en dos caricaturas. En un extremo, la «masculinidad», reforzada por la pornografía clásica, significa anonimato, repetición y deshumanización. En el otro extremo, la «feminidad», para la cual el deseo sexual no es algo separado, sino que invade toda la vida, no se limita a los genitales, sino que llena todo el cuerpo y es personal, táctil y sensual.

Estos polos no son biológicos. Las mujeres educadas en libertad son, sin duda, más genitales, tienen un saludable egoísmo y son agresivamente más curiosas en cuanto al cuerpo de los hombres que lo permitido por este límite femenino. También es probable que los hombres formados en libertad se comprometan afectivamente más, sean más vulnerables y más saludablemente generosos, con una sensualidad que abarca todo su cuerpo en un grado mayor que el impuesto por su límite masculino. La belleza sexual pertenece por igual a hombres y mujeres y la capacidad de sentirse deslumbrados no es privilegio de un solo sexo. Cuando hombres y mujeres se contemplen más allá del mito de la belleza, habrá mayor sinceridad entre los sexos, así como un erotismo más intenso. No somos sexualmente tan incomprensibles el uno para el otro como pretenden hacernos creer.

VI. Hambre

> Vi las mejores mentes de mi generación destruidas por la locura, muriendo de hambre…
>
> *Allen Ginsberg, Howl*

Hay una enfermedad que se propaga. Elige a los hijos mayores de nuestra nación, los mejores, los más brillantes. A los primeros síntomas, se apartan del alimento. Sus huesos sobresalen en sus cuerpos menguantes. Las sombras invaden sus rostros. Caminan despacio, con el esfuerzo de los ancianos. En sus labio se forma una saliva blanquecina. Pueden tragar sólo migas de pan y un poco de leche aguada. Primero fueron decenas, luego miles hasta que, entre las familias más acomodadas de hoy, uno hijo de cada cinco cae enfermo del mal. Muchos son hospitalizados, muchos mueren.

Los hijos del gueto mueren jóvenes, y Estados Unidos ha aprendido a vivir con este hecho. Pero estos jóvenes, en cambio, son la flor y nata que un día recibirá las riendas del mundo: el capitán del equipo de fútbol de Princeton, el presidente del club de debate de Berkeley, el editor del *Harvard Crimson*. Un día es la cuarta parte del equipo de rugby de Dartmouth quien enferma y, otro, un tercio de los miembros de las sociedades secretas de Yale. Los herederos, los mejores, los recién incorporados a las tribunas de la nación van muriendo en forma selectiva.

La enfermedad americana se propaga hacia el este. Ataca a los jóvenes de la Sorbona, a las cortes de justicia de Londres, a la administración pública de La Haya, a la Bolsa de París, a la redacción de *Die Welt*, a las universidades de Tübingen, Edimburgo y Salamanca. Adelgazan, adelgazan más y más. Apenas pueden levantar la voz. Pierden su líbido y no pueden ya hacer el esfuerzo de contar chistes o discutir. Cuando corren o nadan, su aspecto es increíble: nalgas caídas, caderas puntiagudas, rodillas torcidas hacia adentro, costillas que se transparentan en una piel de papel. No hay una razón médica. El mal sufre mutaciones. Por todo lo ancho de los Estados Unidos resulta evidente que, por cada esqueleto vivo de familia acomodada, hay por lo menos tres jóvenes más, también gente brillante, que hacen algo igualmente extraño. Una vez que han comido su filete y bebido su vino francés se esconden para meterse los dedos en la garganta y vomitar todo su alimento. Finalmente organizan su vida de tal manera que puedan pasar varias horas al día encorvados en dos agujeros vergonzosos: boca, lavabo, lavabo, boca.

Entretanto la gente los espera para que ocupen sus lugares, como ayudantes en la redacción del *New York Times*, o en la Bolsa, o como asistentes de los jueces federales. Hay que redactar discursos y analizar legajos ante el golpe de los martillos y el zumbido de los fax. ¿Qué les sucede a estos magníficos jóvenes con su pelo corto y sus pantalones color caqui? Da lástima mirarlos. En las comidas organizadas por la empresa esconden sus medallones de ternera bajo hojas de lechuga. Secretamente se purgan. Vomitan después de los banquetes de ingreso y de los bailes de primavera. El lavabo de hombres en el bar de la universidad apesta. Son uno de cada cinco, en los campus universitarios más prestigiosos.

¿Cómo habría de reaccionar el país frente a la inmolación en masa por hambre de sus hijos predilectos? ¿Cómo habría de absorber Europa Occidental la importación de semejante enfermedad? Cabría esperar en toque de alerta: grupos de trabajo en las salas de audiencia del Congreso, mítines espontáneos de alumnos, los mejores expertos que puedan encontrarse, artículos de fondo en las revistas, una lluvia de editoriales culpando o disculpando, boletines, advertencias, síntomas, últimas horas; una epidemia pregonada en rojas letras de molde. Los hijos del privilegio son el futuro y el futuro está suicidándose.

Por supuesto, todo esto está sucediendo hoy, sólo que con una diferencia en cuanto a los sexos. Las instituciones que protegen y promueven estas enfermedades están invernando. La conciencia pública duerme profundamente. Mujeres jóvenes mueren de catatonía institucional: 400 dólares al trimestre en un centro femenino de «autoayuda», una charla durante el almuerzo a cargo de un médico invitado. El mundo no se va a acabar sólo porque ese uno de cada cinco hijos bienamados que «elige» morir poco a poco sea mujer. Además, sólo está haciendo bastante bien lo que se pretende que haga muy bien y en el mejor de los momentos.

Una décima parte de todas las jóvenes estadounidenses y una quinta parte de las estudiantes vive encerrada en un campo de exterminio individual. Cuando caen, no hay un funeral, ni una actuación por medio de programas de información, ni mensajes oficiales desde las universidades e instituciones educativas proclamando que la sociedad prefiere que sus mujeres coman y prosperen en lugar de enfermarse y morir. Las banderas no bajan a media asta en señal de duelo por el hecho de que en cada ceremonia de graduación, con sus togas negras, haya una quinta columna, la de las calaveras.

En *Una habitación propia*, Virginia Woolf tuvo la visión de que algún día las jóvenes tendrían acceso a las ricas bibliotecas de entrada

prohibida para ellas en las facultades de los hombres, a sus jardines recoletos, a sus pergaminos, al reflejo del oporto. Creía que todo ello daría a las jóvenes una libertad mental que debía de parecerle lo más maravilloso del mundo, especialmente desde el lugar donde ella la imaginaba: la punta del bastón del bedel que la había ahuyentado de la biblioteca porque era mujer. Hoy las jóvenes han dejado atrás el bastón que impedía el paso de Virginia Woolf. Al pasearse por los jardines sobre los que ella sólo podía escribir y no caminar, se topan con una barrera inmaterial que ella no vio. Sus mentes son muy aptas, pero sus cuerpos se destruyen a sí mismos.

Cuando visualizó un futuro para las mujeres en la universidad, Virginia Woolf y su presagio pecaron solamente de insuficiente cinismo. Sin cinismo, penas se podría concebir la solución moderna que las universidades y facultades hasta hace poco exclusivamente masculinas han dado al problema de las mujeres. Admitieron su mente, y rechazaron su cuerpo. Las jóvenes descubrieron que no podían vivir a la vez, detrás de esas puertas y dentro de sus cuerpos.

El culto de la pérdida de peso busca reclutas a una edad precoz y las enfermedades relacionadas con la alimentación son la herencia que ha dejado. La anorexia y la bulimia son enfermedades femeninas. Del 90 al 95% de los anoréxicos y bulímicos son mujeres. Estados Unidos, el país con el mayor número de mujeres que ha conseguido el acceso a la esfera de los hombres, está también a la cabeza mundial en anorexia femenina. Las revistas femeninas revelan que hay cerca de un millón de anoréxicas, pero la Asociación de Bulimia y Anorexia afirma que las dos enfermedades atacan a un millón de mujeres todos los años. Treinta mil de ellas, añaden, se vuelven más adictas a los eméticos.

Cada año, según la Asociación, 150.000 mujeres estadounidenses mueren de anorexia. Si es así, cada doce meses muren 17.024 personas más, sólo en Estados Unidos, que *el número total de muertes por sida controladas por la Organización Mundial de la Salud en 177 países y territorios desde el comienzo de la epidemia hasta fines de 1988*. Por grande que haya sido la negligencia criminal con que los medios de comunicación se han ocupado de la epidemia de sida, no es nada comparada con el trato dado a la anorexia. Parecería entonces que la pregunta básica -¿por qué habrían de pasar hambre las mujeres occidentales?-, es demasiado peligrosa, aun formulada en presencia de un saldo mortal tan grande como el señalado.

Joan Jacobs Brumberg, en *Fasting Girls: The Emergence of Anorexia Nervosa as a Modern Disease*, cifra el número de anoréxicas en un 5-10% de todas las mujeres estadounidenses. En algunas

universidades, según cree esta autora, el 20% de las estudiantes son anoréxicas. El número de mujeres enfermas ha aumentado de modo dramático en todo el mundo occidental, habiendo comenzado hace veinte años. El doctor Charles A. Murkovsky del Gracie Allen Hospital, especialista en enfermedades de la alimentación, dice que el 20% de las universitarias de Estados Unidos comen en exceso y se purgan con regularidad. Ms informa de que por lo menos el 50% de las estudiantes en las universidades del país sufren de bulimia o anorexia. Roberta Pollack Seid concuerda, en su libro *Never Too Thin*, con la cifra del 5 -10% para la anorexia entre las jóvenes estadounidenses, añadiendo que hay un número seis veces mayor de chicas bulímicas. Si tomamos el extremo superior de las cifras podemos deducir que, de diez estudiantes universitarias estadounidenses, dos serán anoréxicas y seis bulímicas. Sólo dos serán normales. La norma, pues, para las mujeres estadounidenses es sufrir alguna forma de enfermedad relacionada con la alimentación.

Es una enfermedad mortal. Brumberg afirma que del 5% al 15% de las anoréxicas hospitalizadas mueren durante el tratamiento, lo que da a la enfermedad una de las tasas de mortalidad más alta entre las enfermedades mentales. El *New York Times* cita la misma tasa de mortalidad. La investigadora L.K. Hsu menciona una mortalidad del 19%. Entre el 40% y 50% de los anoréxicos nunca se recupera del todo, una tasa de recuperación peor que la del 60% registrada entre las víctimas del hambre hospitalizadas en Holanda durante la guerra, entre 1944 y 1945.

Los efectos médicos de la anorexia incluyen hipotermia, edema, hipotensión, bradicardia (lentitud en los latidos cardíacos), lanugo, infertilidad y muerte. Los de la bulimia incluyen deshidratación, desequilibrio electrolítico, ataques epilépticos, ritmo cardíaco anormal y muerte. Cuando las dos enfermedades se combinan pueden dar origen a erosión dental, hernia e hiato, abrasiones de esófago, insuficiencia renal, osteoporosis y muerte. La literatura médica comienza a informar que los bebés y niños hipo alimentados por madres demasiado conscientes de su peso sufren retrasos en el crecimiento, tardía aparición de la pubertad y poca energía.

La enfermedad se está extendiendo a otros países industrializados. El Reino Unido tiene actualmente 3,3 millones de anoréxicos o bulímicos (el 95% son mujeres) con 6.000 nuevos casos cada año. Otro estudio sobre las adolescentes británicas, revela que el 1% son anoréxicas. Por lo menos el 50% de las mujeres británicas sufren de desórdenes en la ingestión de alimentos. Hilde Bruch afirma que, en la última generación, se han publicado «informes sobre un número mayor de

pacientes en Rusia y Australia, Suecia e Italia» así como en Inglaterra y en los Estados Unidos. La tasa de Suecia es hoy del 1% al 2% de las adolescentes, con el mismo porcentaje de mujeres bulímicas entre las mayores de 16 años. La tasa de Holanda es del 1% al 2%; entre las adolescentes italianas, hay un 1% que sufre anorexia o bulimia (con un 95% de mujeres), es decir, un aumento del 400% en diez años. Éste es sólo el comienzo para Europa Occidental y el Japón. Sus cifras son iguales a las de Estados Unidos hace diez años, y la tasa aumenta, como ocurrió en los Estados Unidos, en forma exponencial. La misma paciente anoréxica es más delgada hoy que la de generaciones anteriores de pacientes. La anorexia ha seguido el curso ya familiar del mito de la belleza. Comenzó como una enfermedad de la clase media en los Estados Unidos, y hoy se ha extendido hacia abajo en la escala social.

La revista *Self* afirma que las mujeres estadounidenses tienen serias dificultades para comer. La mayoría de las de clase media, al parecer, sufre un cierto tipo de anorexia o de bulimia; pero si definimos la anorexia como un temor compulsivo y una fijación por la comida, quizás podamos llamar a todas las mujeres occidentales, veinte años después de la reacción contra sus intentos de reivindicación, anoréxicas mentales.

¿Qué ha ocurrido? ¿Por qué ahora? La primera pista obvia es el desgaste progresivo del cuerpo de la Doncella de Hierro a lo largo de este siglo de emancipación, como reacción contra ella. Hasta hace setenta y cinco años, en la tradición artística masculina de Occidente, la opulencia natural de la mujer era su belleza. Las representaciones del desnudo femenino se deleitaban con la exuberante fertilidad femenina. Se destacaban diversos sectores de gordura sexual según la moda, con amplios vientres maduros, entre los siglos XV y XVI, caras y hombros redondeados; a principios del XIX, nalgas y muslos cada vez más generosos y llenos de hoyuelos hasta el XX, pero nunca, hasta que la emancipación de las mujeres alcanzó la legalidad, hubo esta negación absoluta de la condición de mujer que la historiadora de la moda Ann Holladero en *Seeing Through Clothes* caracteriza, desde el punto de vista de cualquier época salvo la nuestra, como «el aspecto de la enfermedad, el aspecto de la pobreza, el aspecto del agotamiento nervioso».

La dieta y la delgadez comenzaron a ser motivos de preocupación femenina cuando las mujeres occidentales obtuvieron el voto, aproximadamente en 1920. Entre 1918 y 1925, «la rapidez con la que la nueva silueta lineal reemplazó la curvilínea resulta sorprendente». En los regresivos años cincuenta, la mujer pudo disfrutar brevemente

de sus curvas naturales porque su mente estaba ocupada en el encierro doméstico. Pero cuando las mujeres avanzaron en masa hacia la esfera de los hombres, fue necesario neutralizar ese placer mediante un urgente recurso social que convirtiese el cuerpo de la mujer en la prisión que había dejado de ser su hogar.

Hace una generación, la modelo media pesaba un 8% menos que la mujer media estadounidense, mientras que hoy pesa el 23% menos. Twiggy apareció en las páginas de *Vogue* en 1965, al mismo tiempo que la píldora, eliminando las implicaciones más radicales de ésta. Como muchos símbolos del mito de la belleza, tenía doble filo, ya que sugería a las mujeres libertad frente a las restricciones impuestas por la reproducción en generaciones anteriores (puesto que la grasa en la mujer se entiende en el subconsciente como sexualidad fértil), a la vez que tranquilizaba a los hombres con su sugerencia de debilidad femenina, asexualidad y hambre. Su delgadez, hoy común, era chocante a la sazón. Hasta *Vogue* presentó a la modelo con cierta prevención. «Twiggy tiene ese nombre por su aspecto, que hace temer que una ráfaga pueda cortarla en dos y arrojarla al suelo... Twiggy tiene un físico tan exiguo que las otras modelos se quedan mirándola. Sus piernas hacen pensar que no tomó bastante leche cuando era un bebé, y su cara tiene la expresión que uno recuerda como la que debían tener los habitantes de Londres durante la guerra...» El lenguaje de esta cronista de modas es revelador. Subalimentada, con el riesgo de que la derribe una ráfaga, con la expresión aterrada de los sitiados. ¿Qué mejor símbolo para tranquilizar una estructura de poder que se veía frente a mujeres que muy pronto marcharían por la Quinta Avenida en número de decenas de miles?

En los veinte años consecutivos al comienzo de la Segunda Ola del movimiento feminista, el peso de las reinas de la belleza cayó considerablemente y el peso medio de las «conejitas» de *Playboy* disminuyó desde un 11% por debajo del término medio, en 1979, al 17% por debajo de él en ocho años. En su autobiografía, la modelo Aimée Liu afirma que muchas modelos son anoréxicas. Ella misma siguió trabajando a pesar de su anorexia. Entre las bailarinas, el 38% muestra conductas anoréxicas. La modelo media, la bailarina o la actriz es más delgada que el 95% de la población. La Doncella de Hierro puso la silueta de un casi esqueleto y la textura de músculos de hombres donde antes estaba la forma y la sensación táctil de una mujer; y el reducido cuerpo de élite de mujeres cuyos cuerpos se emplean para representar a la Doncella de Hierro a menudo llega a enfermar para cumplir con su papel.

Como resultado de ello, una encuesta de 1985 indica que el 90% de

quienes respondieron creen que pesan demasiado. En un día cualquiera tomado al azar, el 25% de las mujeres está siguiendo una dieta, con un 50% que está terminándola, rompiéndola o comenzándola. Esta génesis del odio hacia sí misma tuvo un comienzo rápido con el movimiento feminista. Entre 1966 y 1969, dos estudios realizados en los Estados Unidos revelaron que el número de estudiantes adolescentes que se consideraban demasiado gordas había aumentado del 50% al 80%. A pesar de ser las herederas de las conquistas del movimiento, sus hijas no están desde este punto de vista en mejor situación. En un estudio reciente sobre alumnas de secundaria, el 53% se sentía descontento con su cuerpo, hasta la edad de 13 años. A los 18 años o más estaban totalmente insatisfechas. El culto del hambre ha ganado una victoria contra la lucha de las mujeres por la igualdad, si se consideran representativas las pruebas presentadas en la encuesta de la revista Glamour en 1984 sobre un estudio de 33.000 mujeres. El 75% de las encuestadas entre 18 y 35 años de edad se consideraban gordas, mientras que sólo el 25% podía calificarse como obesas desde el punto de vista médico. El 45% de las mujeres con un peso inferior al normal se consideraban demasiado gordas. Pero el hecho más desgarrador, porque refleja la forma en que el mito está arrojando por tierra las esperanzas de progreso y gratificación de las mujeres, es que las encuestadas por Glamour preferían perder de cinco a siete kilos en lugar de alcanzar la meta del éxito en el trabajo o en el amor.

Esa cantidad de cinco a siete kilos, que se ha convertido en el fiel de la balanza si las cifras dadas son un indicio del sentido de sí misma de la mujer occidental, es lo que yo denomino la Solución de la Piedra. Una «Piedra», en el sistema de medidas británico, equivale a siete kilos, y eso es aproximadamente lo que se interpone entre el 50% de las mujeres que no tienen exceso de peso pero creen tenerlo y la imagen ideal de sí mismas. Esta «Piedra» solitaria, una vez perdida, coloca a las mujeres por debajo de su peso natural, el cual las haría más hermosas si nuestros ojos no estuviesen condicionados por la Doncella de Hierro. Pero el cuerpo se restaura rápidamente, y comienza así el ciclo de aumentar y disminuir de peso, con sus secuelas de tormento y su riesgo de enfermedad, hasta convertirse en una fijación. Los inevitables ciclos de fracaso que asegura la Solución de la Piedra crean y refuerzan continuamente esta excepcional neurosis moderna. La gran preocupación por el peso ha creado en las mujeres, en el momento en que tenían libertad para olvidarlas, una baja autoestima, la pérdida de control de su vida y vergüenza sexual. Es una verdadera sumisión elegante frente a una exigencia colectiva. Mediante la simple pérdida de una «piedra» para lograr ese peso oficial generalmente

inferior al natural de cada mujer, y la nueva definición de las curvas femeninas como «demasiado gorda», una ola de odio a sí mismas barrió a las mujeres del Primer Mundo, perfeccionó una psicología reaccionaria y dio origen a una industria de primer orden. Con un despliegue de tacto hizo frente al despertar gradual del éxito femenino para ocultarlo bajo la convicción masiva de que las mujeres fracasan, en un fracaso inherente a su condición de tales.

La prueba del carácter político de la Solución de la Piedra se encuentra en lo que sienten las mujeres cuando comen «demasiado»: un sentimiento de culpa. ¿Por qué ha de ser la culpa la emoción motora? ¿Por qué la gordura femenina tiene que compartir un juicio moral que la califique de «buena» o «mala»? Si la fijación de nuestra cultura por la gordura o la delgadez tuviese que ver con la sexualidad, se trataría de una cuestión privada entre cada mujer y su pareja; si se relacionase con la salud, sería entre la mujer y ella misma. El debate público se centraría, con mucha más histeria, en la gordura masculina y no en la femenina, ya que hay una mayor cantidad de hombres gordos desde el punto de vista médico (40% contra 32%) y el exceso de grasa es mucho más peligroso para ellos que para las mujeres. En realidad, hay pocas pruebas en apoyo de la afirmación de que la gordura provoca mala salud entre las mujeres... Los resultados de estudios recientes sugieren que, de hecho, las mujeres gordas pueden vivir más y ser, en general, más sanas si tienen un peso del 10% al 15% superior a la cifra señalada por las compañías de seguro, y si se abstienen de seguir dietas. Cuando la mala salud se correlaciona con la gordura en las mujeres, afirma *Radiance*, se debe a la dieta crónica y al estrés emocional, resultado del odio hacia sí mismas. Los estudios que relacionan la obesidad con las enfermedades cardíacas y los ataques cerebrales se basan en el estudio de hombres. Cuando por fin se publicó uno sobe mujeres en 1990, se demostró que el peso era responsable de sólo una fracción de las diferencias en las mujeres al ser comparadas con los hombres. La gordura femenina no es en sí perjudicial para la salud.

Pero la gordura femenina es tema de apasionado debate público, y las mujeres se sienten culpables, porque reconocemos implícitamente que, bajo el dominio del mito, el cuerpo no les pertenece a ellas sino a la sociedad, y que la delgadez no responde a una estética personal, sino que el hambre es una concesión social reclamada por la comunidad. Una fijación cultural por la delgadez femenina no es una obsesión por la belleza de las mujeres, sino una obsesión por su obediencia. Las dietas se han convertido en lo que una psicóloga de Yale, Judith Rosin, llama una «obsesión normativa», una representación internacional desproporcionada, sobre los riesgos de salud que

comporta la obesidad, que utiliza un lenguaje emotivo que no figura siquiera en los debates sobre alcoholismo o tabaquismo. Las naciones concentran una atención obsesiva en el melodrama porque tanto hombres como mujeres saben que no se refiere al colesterol, a la enfermedad cardíaca o a la alteración de ciertas pautas en el corte de la ropa, sino a cuánta libertad social ganarán o perderán las mujeres. El convulsivo análisis de los medios de comunicación sobre la interminable saga de la gordura femenina y la batalla para vencerla son, en realidad, informes de guerra de los sexos. El tema es lo que ganan o pierden las mujeres en esta guerra y con qué velocidad.

El gran cambio registrado en el concepto de peso debe entenderse como uno de los hechos históricos más importantes del siglo, una solución directa a los peligros que plantea el movimiento feminista y la libertad económica y reproductiva. La dieta es el más potente de los sedantes políticos de la historia de las mujeres. Una población con una locura mansa es una población manejable. Los investigadores Wooley y Wooley confirmaron algo que las mujeres saben muy bien, que la preocupación por el peso conduce «al virtual colapso de la autoestima y del sentido de la propia eficiencia». Polivy y Herman establecieron que la «restricción prolongada y periódica de las calorías» da origen a una personalidad particular cuyos rasgos son la «pasividad, la ansiedad y la afectividad exagerada».

Son estos rasgos, no la delgadez por sí misma, lo que la cultura dominante pretende crear dentro del sentido privado de la identidad de las mujeres recientemente liberadas, con el fin de neutralizar los peligros de su liberación.

Los avances alcanzados por las mujeres habían comenzado a darles rasgos opuestos a los mencionados, una alta autoestima, sentido de su propia capacidad, actividad, valor y claridad de pensamiento. «La restricción prolongada y periódica de las calorías» es una manera de cortar las garras de esta revolución. El gran cambio en el concepto del peso y la Solución de la Piedra siguieron al renacimiento del feminismo para que las mujeres que aspiraban al poder se sintiesen débiles, preocupadas y, como ocurrió luego, mentalmente enfermas, de manera muy útil y en proporciones asombrosas. Si deseamos comprender cómo la escuálida dureza de la Doncella de Hierro registró un retroceso espectacular en la marcha de las mujeres hacia la igualdad, es necesario ver que lo que está en juego no es la moda, ni la belleza ni la sexualidad, sino una lucha por la hegemonía política que ha llegado a ser, para las mujeres, en general ignorantes de las verdaderas cuestiones que subyacen en su situación, una cuestión de vida o muerte.

Abundan las teorías para explicar la anorexia, la bulimia y el adelgazamiento actual en las mujeres. Ann Hollander sugiere que el paso de la fotografía a las imágenes en movimiento dio a la delgadez implicaciones de movimiento y velocidad. Susie Orbach en *Fat is a Feminist Isue* «lee» la gordura femenina como una declaración a la madre sobre separación y dependencia. Ve en la madre una «terrible ambivalencia frente a la función de amamantar y criar a su hija». Kim Chernin en *The Obsession* ofrece una lectura psicoanalítica del temor a la gordura, que estaría basado en una rabia infantil contra la madre omnipotente, y ve la comida como el pecho primordial, el «mundo perdido de la abundancia femenina que debemos recobrar… Si hemos de comprender la esencia íntima de nuestra obsesión con el cuerpo femenino». «Podemos comprender», escribe «cómo, en un frenesí de terror y aprensión (un hombre) pudiese verse tentado a forjar imágenes de moda (de una mujer) que le dicen implícitamente que ella es inaceptable… cuando está gorda». En *The Hungry Self* Kim Chernin interpreta la bulimia como un rito religioso de iniciación. Joan Jacobs Brumberg ve la comida como un lenguaje simbólico, la anorexia como un grito de confusión en un mundo con demasiadas elecciones y «el apetito como voz», «mujeres en busca de un lenguaje con el cual decir cosas sobre sí mismas enfocado en la comida y en la manera de comer». Rudolph Bell, en *Holy Anorexia*, relaciona la enfermedad con los impulsos religiosos de las monjas medievales que veían en el hambre la purificación.

Tales teorías pueden ser instructivas en un contexto privado, pero no van lo bastante lejos. Las mujeres comen o se privan de comer no sólo en una sucesión de relaciones privadas, sino dentro de un orden social público con un interés creado en sus dificultades con la alimentación. Los hombres normales no forjan imágenes de moda (en realidad, los estudios demuestran reiteradamente que sienten calidez frente a las formas auténticas de las mujeres y total indiferencia frente al Doncella de Hierro). Son las compañías multinacionales quienes lo hacen. Las numerosas teorías sobre la crisis de nutrición de las mujeres se han centrado en la psicología individual con el consiguiente descuido de la política pública, han observado la figura de las mujeres para ver cómo expresan un conflicto frente a su sociedad, en lugar de determinar cómo su sociedad hace uso de ese conflicto sobre la figura femenina. Hay una tendencia a concentrarse en la reacción de las mujeres frente al ideal de la delgadez, en lugar de analizar en qué sentido el ideal de delgadez es *proactivo*, un golpe preventivo.

Necesitamos, pues, volver a examinar todos los términos a la luz de un análisis más amplio. ¿Qué es, en primer lugar, la comida? Sin duda, dentro del contexto de la familia íntima, la comida es amor, recuerdo

y lenguaje. En el terreno público, en cambio, es estatus y honor.

La comida es el símbolo primario del valor social. Cando una sociedad valora a alguien, lo alimenta bien. El plato abundante o la porción más exquisita significan: «Creemos que vales tanto como esta parte de los recursos de la tribu». Las mujeres de Samoa, que gozan de gran estima, exageran la cantidad que comen los días de fiesta. La distribución de porciones tiene que ver con la determinación de relaciones de poder, y compartir, con la consolidación de la igualdad social. Cuando los hombres comparten el pan, o brindan por la Reina, o matan en honor de un amigo el ternero que han engordado, se convierten en iguales y luego en aliados. «Compañero» proviene del latín, «con» y «pan», los que comparten juntos un pan.

Pero bajo el mito, hoy la comida de todas las mujeres ha pasado a ser una cuestión pública, sus porciones atestiguan y refuerzan su sentido de inferioridad social. Si las mujeres no pueden comer lo mismo que los hombres, tampoco pueden tener su misma categoría en la comunidad. Mientras se pida a las mujeres que se sienten a la mesa comunitaria con una mentalidad de autoprivación, la mesa nunca será redonda, con hombres y mujeres sentados juntos, sino la tradicional plataforma jerárquica con una mesa plegable para las mujeres añadida a un extremo.

En la epidemia actual de mujeres ricas de Occidente que no pueden «elegir» comer, vemos la continuación de una tradición más vieja, más pobre, de la relación de las mujeres con la comida. La dieta de las mujeres modernas de Occidente es heredera de una larga historia. Las mujeres siempre tuvieron que comer de un modo diferente al de los hombres, es decir, menos y peor. En la Roma helenística se destinaba a los varones 16 mediadas de cereal sobe las 12 mediadas destinadas a las niñas. En la Francia del siglo XV, se destinaba a las mujeres el 65% del grano destinado a los hombres. A través de toda la historia, cuando el alimento se ve limitado, las mujeres reciben poco o nada. Una explicación antropológica ampliamente aceptada para el infanticidio femenino es la escasez de alimento. Según publicaciones de la ONU, cuando hay hambre, las mujeres la sufren primero. En Bangladesh y en Botswana, las recién nacidas mueren con mayor frecuencia que los varones, y las mujeres suelen estar más desnutridas porque se les suministras raciones menores. En Turquía, India, Paquistán, África del Norte y el Medio Oriente, los varones reciben la mayor parte del alimento disponible, sin importarles las necesidades calóricas de las mujeres. «No es el valor calórico del trabajo el que determina el consumo de alimentos de los hombres en relación con las mujeres en África del Norte ni es una cuestión de necesidades

fisiológicas... Estas normas tienden más bien a resguardar los derechos de prioridad de los miembros “importantes” de la sociedad, es decir, los hombres adultos.» En Marruecos, cuando las mujeres son invitadas, juran que ya han comido o que no tienen apetito. «Las niñas pequeñas aprenden muy pronto a ofrecer su ración a los invitados, a rechazar la carne y a negar que sienten hambre.» Una mujer descrita por la antropóloga Vanessa Mahler aseguró a los otros comensales que «prefería los huesos a la carne». Se supone, en cambio, que «debe exceptuarse a los hombres de sufrir la escasez, compartida por las mujeres y los niños».

«Los países del tercer Mundo ofrecen ejemplos de niñas desnutridas y varones bien nutridos, donde el alimento disponible se destina a los niños de sexo masculino de la familia», asegura un informe de la ONU. El 66% de las mujeres de Asia, el 50% de todas las mujeres de África y cerca del 17% de las mujeres latinoamericanas son anémicas, por no ingerir buenos alimentos. Un 50% más de mujeres que de hombres en Nepal sufren ceguera por falta de alimento. En todas las culturas se comprueba que los hombres reciben comida caliente y más proteínas, y que las primeras porciones les son servidas a los hombres mientras que las mujeres comen los restos fríos y a menudo deben recurrir al engaño y la astucia para conseguir suficiente comida. «Más aún, el alimento que reciben es siempre menos nutritivo.»

El cuadro no se limita al Tercer Mundo. Las mujeres occidentales de la actualidad pueden recordar alguna versión del tema en la mesa de sus madres o sus abuelas: las mujeres de los mineros británicos comiendo el pan con el que han enjugado la grasa del plato donde su marido comió la carne; las esposas italianas y las judías comiendo la parte del ave que nadie desea.

Estas normas de conducta son aceptadas por la sociedad occidental próspera de hoy y se perpetúa con la cultura de la autoprivación calórica de las mujeres. Hace una generación, el justificativo de esta distribución tradicional cambió. Las mujeres seguían privándose, comían sobras, escondían comida, recurrían al engaño para obtenerla, pero se culpaban a sí mismas. Nuestras madres continuaban siempre apartándose del círculo familiar cuando se comía un pastel con cubiertos de plata y vajilla de porcelana, y luego se las sorprendía en la cocina devorando furtivamente los restos. El estilo tradicional se ocultaba bajo el manto de la vergüenza, pero en otros sentidos cambió poco. Su explicación racional pasaría a ser el control del propio peso, una vez que la idea de la inferioridad natural de la mujer pasó de moda.

Nuestro Occidente próspero no hace más que continuar con la distribución tradicional. Los investigadores comprobaron que los padres en Estados Unidos insistían en que sus hijos varones comiesen, sin tener en cuanta su peso, mientras que instaban a las hijas a comer sólo si eran relativamente delgadas. En un muestreo de bebés de ambos sexos, el 99% de los varones eran amamantados, mientras sólo lo eran el 66% de las niñas, que además recibían un 50% menos del tiempo para ser alimentadas. «Las mujeres no están tan bien alimentadas», dice Susan Orbach, «y son objeto de menos atención y menos afecto del que necesitan». Las mujeres no se sienten con derecho a recibir alimento suficiente, porque se les ha enseñado a conformarse con menos de lo que necesitan desde que nacen, a lo largo de una larga cadena de madres. El papel público de «invitada ilustre» es nuevo para ellas y la cultura les dice, a través de la ideología de la restricción calórica, que, en realidad no son bienvenidas.

¿Qué es, pues, la grasa? En la literatura del mito aparece como una suciedad femenina sobrante, virtualmente una materia cancerosa, una infiltración inerte o traicionera de basura nauseabunda y abultada dentro del cuerpo. Estas caracterizaciones demoníacas de una simple sustancia corporal no surgen de sus propias propiedades físicas, sino de una anticuada misoginia, ya que, por encima de todo, la grasa es femenina; es el transmisor y el regulador de las características sexuales femeninas.

En todas las culturas vemos que, desde su nacimiento, las mujeres tienen del 10% al 15% más de grasa que los varones. En la pubertad la proporción de grasa en relación con el músculo de los varones disminuye, al tiempo que aumenta la de las mujeres. La mayor proporción de grasa en el tejido muscular de las adolescentes es el medio de maduración sexual y fertilidad. La mujer sana de 20 años tiene un 28,7% de grasa en el cuerpo. Al llegara a la edad madura, las mujeres tienen, en varias culturas estudiadas, un 38%, es decir que, contrariamente a la retórica del mito, «no es exclusiva de las naciones occidentales industrializadas. Son normas características de la hembra de la especie».

Las necesidades calóricas de una mujer moderadamente activa, una vez más en contradicción con una de las premisas centrales del mito, son sólo 250 calorías menos que las de un hombre moderadamente activo (2.250 a 2.500), o el equivalente a 30 gramos de queso. El aumento de peso con la edad también es normal en todas las culturas estudiadas y en ambos sexos. Es obvio que el cuerpo está programado para tener un determinado peso, y lo defiende.

En las mujeres la grasa es sexual. Los victorianos le daban el afectuoso calificativo de «capa de seda». La delgadez femenina de la Doncella de Hierro perjudica la sexualidad femenina. El 20% de las mujeres que hacen ejercicios para moldear su cuerpo tienen irregularidades menstruales y una menor fertilidad. El cuerpo de la modelo, no lo olvidemos, es el 22% al 39% más delgado que el del promedio de las mujeres. La mujer media desea ser tan delgada como la modelo. La esterilidad y el desequilibrio hormonal son comunes entre las mujeres cuya relación grasa-músculo cae por debajo del 22%. Los desequilibrios hormonales crean condiciones favorables para el cáncer ovárico y la endometriosis, así como para la osteoporosis. Los tejidos grasos retienen hormonas sexuales, de modo que una baja reserva de estrógeno se relaciona con bajas reservas de grasa y con niveles también bajos de todas las demás hormonas sexuales importantes y, por último, con la inactividad ovárica. Rose E. Frisch, en el *Scientific American*, relaciona la gordura con las tasas de fertilidad de la Edad de Piedra, afirmando que «este vínculo histórico de la gordura con la fertilidad tienen realmente un sentido biológico», puesto que la grasa regula la reproducción. Las mujeres con poco peso tienen un doble riesgo de tener hijos con muy poco peso en el nacimiento.

La grasa no sólo implica fertilidad en las mujeres, sino deseo. Los investigadores del Michel Reese Hospital de Chicago comprobaron que las mujeres más gordas sienten apetito sexual con mayor frecuencia que las mujeres más delgadas. En la balanza de la excitabilidad erótica y la disposición para el acto sexual, superaron a las mujeres más delgadas en una proporción de dos a uno. Pedir a las mujeres que adquieran una delgadez exagerada es pretender que renuncien a su sexualidad. Los estudios demuestran claramente que las privaciones dietéticas disipan el interés sexual. Las mujeres estudiadas dejaron de masturbarse y de tener fantasías sexuales bajo un régimen de 1.700 calorías diarias, 500 más que la Dieta de Hambre de Berberly Hills. La inanición afecta las glándulas endocrinas. En las mujeres y jóvenes hambrientas son comunes la amenorrea y el retraso de la pubertad. Los hombres hambrientos pierden la líbido y se vuelven impotentes, y en ciertos casos les crecen los pechos. La Clínica de Disfunciones Sexuales de la Universidad de Loyola informa que los trastornos relacionados con la pérdida de peso son mucho mayores que los derivados de su aumento. Las mujeres de mayor peso muestran entusiasmo por las relaciones sexuales y sentimentales, mientras que las anoréxicas están tan preocupadas por su cuerpo que tienen menos fantasías sexuales, salen menos con hombres y tienen menos deseo sexual. El *New England Journal of Medicine* señala que la dedicación exagerada al ejercicio disminuye el interés en la actividad sexual.

Brumberg se muestra de acuerdo: «El material clínico revela falta de actividad sexual en los anoréxicos». «El goce sexual», escribe Mette Bergstrom, «es raro en el bulímico a causa de su intenso odio hacia su cuerpo». «La evidencia parece indicar», dice Roberta Pollack Seid, «y el sentido común lo confirma, que un animal hambriento y desnutrido tiene menos, y no más, interés en los placeres de la carne».

¿Qué es, en definitiva, la dieta? Ponerse «a régimen» o adelgazar son términos triviales para describir lo que en realidad es infligirse voluntariamente un estado de semiinanición. En la India, uno de los países más pobres del mundo, las mujeres más pobres consumen 1.400 calorías diarias, es decir, 600 más que la mujer occidental que sigue la dieta Hilton Head. «Sencillamente», dice Roberta Pollack Seid, quienes se someten a un régimen «reaccionan del mismo modo que las víctimas de una hambruna... La inanición, aun cuando sea impuesta por uno mismo, produce efectos asombrosamente parecidos en todos los seres humanos».

La gama de conductas patéticas y repulsivas desplegadas por las mujeres con trastornos de alimentación se considera como la quintaesencia de la feminidad, como la prueba irrefutable de su irracionalidad (sustituyendo la irracionalidad de la menstruación, que tuvo que ser abandonada cuando fue necesario incorporar a las mujeres a la fuerza laboral a tiempo completo). En un estudio clásico de la Universidad de Minnesota, se sometió a 36 voluntarios a una dieta prolongada de bajas calorías, y «se analizaron cuidadosamente los efectos psicológicos, físicos y de conducta» Los participantes eran jóvenes y sanos, y mostraban «un alto nivel de solidez en su ego, estabilidad afectiva y capacidad intelectual». «Iniciaron un periodo de seis meses, durante el cual se les redujo a la mitad su consumo de alimento», técnica típica de adelgazamiento entre las mujeres. Después de haber perdido aproximadamente el 25% de su peso corporal original, se observaron en el grupo efectos generalizados de desnutrición avanzada. Los participantes se volvieron cada vez más preocupados por la comida y por comer, coleccionaban recetas y libros de cocina y observaban extraños rituales en la ingestión de alimentos, como una gran lentitud al comerlos o una tendencia a acumularlos en secreto. Más tarde, la mayoría comenzó a sufrir alguna forma de depresión, hipocondría, histeria, accesos de furia y , en algunos casos, niveles psicóticos de desorganización. Seguidamente empezaron a perder la capacidad de actuar en contextos sociales y laborales a causa de su apatía, disminución de la energía y lentitud para reaccionar, «aislamiento social», según la especialista en anorexia Hilde Bruch, y pérdida del interés sexual. A las pocas semanas de haber reducido su consumo de alimentos, confesaron tener un hambre

devorador y deseos incontenibles de romper las reglas de la dieta. Algunos sucumbieron a las comilonas, que eran seguidas por vómitos y sentimientos de autorreproche. El hambre devorador persistía aun después de la comilonas, durante los periodos de realimentación. Algunos se encontraron comiendo continuamente, mientras otros alternaban ciclos de comilonas y vómitos. Los voluntarios sentían pánico de alejarse del ámbito del experimento e ir a lugares donde pudieran tener tentaciones de comer alimentos de los que habían acordado abstenerse... Cuando en efecto sucumbían a esa tentación hacían confesiones histéricas e incoherentes. Como los fugitivos, no podían vencer la idea de que los perseguía una fuerza siniestra. Algunos tuvieron que tomar tranquilizantes, por prescripción médica.

El grupo estudiado se componía de estudiantes universitarios de sexo masculino completamente normales.

Durante la gran hambruna desencadenada en mayo de 1940 bajo la ocupación alemana de Holanda, las autoridades holandesas mantuvieron sus raciones entre 600 y 1.600 calorías al día, que consideraban el nivel de semiinanición. Se definía a los más afectados como seriamente desnutridos cuando perdían el 25% de su peso corporal, en cuyo caso recibían un preciado suplemento. Las fotografía de holandesas vestidas en aquel estado de desnutrición llaman la atención por su asombroso parecido con las mujeres de hoy.

Con 600-1.600 calorías diarias los holandeses sufrían un estado de semiinanición. La cifra de mantenimiento en los centros dietéticos es de 1.600 calorías. Cuando perdían el 25% de su peso, los holandeses recibían raciones de emergencia. El término medio de las mujeres sanas deben perder exactamente esa proporción si aspiran a alcanzar a la Doncella de Hierro. En el gueto de Lodz, en 1941, los judíos internados tenían raciones de comida de 700-1.200 calorías; en Treblinka se determinó científicamente que 900 calorías eran el mínimo necesario para mantener el funcionamiento humano. En las clínicas dietéticas de alto nivel de los Estados Unidos, en las que suele tratarse a los «pacientes» durante un año, las raciones son las mismas. En los campamentos japoneses de prisioneros durante la Segunda Guerra Mundial, las raciones proporcionaban a los internados cuatro veces más calorías que las consumidas por las mujeres bajo una dieta líquida.

Los efectos de la semiinanición voluntaria son idénticos a los de la semiinanición involuntaria. Hacia 1980 un número creciente de investigadores reconocía ya las graves consecuencias psíquicas y físicas de la sujeción crónica a las dietas, «entre las que se incluían:

irritabilidad, falta de concentración, ansiedad, depresión, apatía, cambios bruscos de estado de ánimo, fatiga y aislamiento social». En su descripción de la hambruna de Holanda, Magnus Pyke afirma que «es sabido que el hambre afecta la mente y que los holandeses que la sufrieron se volvieron indiferentes, apáticos y constantemente obsesionados con la idea de la comida». Hilde Bruch comenta que con una dieta de hambre progresiva impuesta a la víctima se observa «pérdida en la capacidad afectiva, de la sensibilidad y de otros rasgos humanos». Robert Jay Lifton determinó que las víctimas del hambre durante la Segunda Guerra Mundial tenían «sentimientos de culpa»: creían haber hecho algo malo por lo cual recibían un castigo, así como sueños y fantasías sobre comida en cantidades ilimitadas. La inanición destruye la individualidad. Según Hilde Bruch «los anoréxicos», así como los pacientes que siguen una dieta de hambre, «mostraron una conducta notablemente uniforme hasta que aumentaron algo de peso». «La privación de alimento», según Roberta Pollack Seid, «provoca obsesiones alrededor de la comida por motivos tanto físicos como psicológicos… la desnutrición provoca lasitud, depresión e irritabilidad. Disminuye el metabolismo… y el hambre lleva a obsesiones sobre la comida». El terror psicológico al hambre se observa en todas las culturas. Los huérfanos adoptados en países pobres no logran controlar su tendencia compulsiva a tomar y esconder alimento, a veces aun después de vivir durante años en ambientes de seguridad.

Cada vez hay más elementos de juicio de fuentes autorizadas que señalan a las dietas como un factor importante en las enfermedades de la alimentación. Ilana Attie y J. Brooks-Gunn citan a investigadores que establecieron que la restricción continuada en la ingestión de alimento provoca un estrés acumulativo de tal magnitud que la dieta misma puede ser una condición suficiente para la aparición de la anorexia nerviosa o de la bulimia. En una conclusión idéntica, Roberta Pollack Seid dice que es un hecho irónico que someterse a dietas pueda provocar una conducta obsesiva y llevar a comer en exceso. En realidad puede ser causa tanto de trastornos de alimentación como de la obesidad misma. La privación sostenida de alimento parece significar un severo *shock* para el cuerpo, que lo registra con consecuencias destructivas. «Los problemas de alimentación de las mujeres parecen surgir… de su lucha por tener un cuerpo ultradelgado… La única manera de obtenerlo es, para un 95%, someterse a dietas de hambre.» En *Gender and Stress*, Barnett, Biener Baruch se muestran de acuerdo: «Gran parte de la conducta considerada como causa de la anorexia nerviosa y la bulimia, puede ser, en realidad, consecuencia de un estado de inanición. La persona

de peso normal que se somete a una dieta para verse y sentirse delgada es también vulnerable a trastornos en sus cuadros afectivos, cognoscitivos y de conducta al tratar de permanecer por debajo del peso "natural" o biológicamente regulado». La dieta y esta delgadez de moda enferman a las mujeres.

Ahora bien, si la grasa femenina es sexualidad y poder reproductivo; si la dieta equivale a semidesnutrición; si las mujeres deben perder el 23% de su peso para encajar en el de la Doncella de Hierro y los trastornos psicológicos crónicos comienzan con una pérdida de peso del 25%; si el hambre crónico es física y psicológicamente debilitante, y la fuerza, la sexualidad y la autoestima presentan las amenazas analizadas anteriormente para los intereses creados de la sociedad; si el periodismo femenino está auspiciado por una industria de 33.000 millones de dólares cuyo capital se nutre del temor político de las mujeres, entonces es fácil comprender por qué la Doncella de Hierro está tan delgada. El «ideal» de delgadez no es estéticamente bello, es bello como solución política. La compulsión de imitarlo no es algo banal que las mujeres optan por hacer libremente en su propio beneficio. Se trata de algo serio que se comete contra ellas para salvaguardar el poder político. Contemplado desde este punto de vista, resultaría inconcebible que, en este punto de la historia, no se hubiese obligado a las mujeres a adelgazar.

La ideología de la inanición destruye el feminismo. Lo que les sucede a las mujeres en su cuerpo afecta también a sus mentes. Si su cuerpo siempre fue algo equivocado, y el de los hombres algo correcto, las mujeres están equivocadas y los hombres llevan razón. Mientras el feminismo enseñaba a las mujeres a valorarse más, el hambre las enseña a desgastar su autoestima. Si es posible persuadir a una mujer de que diga «Odio mis muslos gordos», es que hay una forma de hacer que se odie a sí misma. Cuanto más independencia económica tiene, cuanto más controla sus actos, y cuanta más educación y autonomía sexual adquiera, más empobrecida, subyugada, tonta y sexualmente insegura se siente frente a su propio cuerpo.

El hambre hace que las mujeres se sientan pobres y piensen como pobres. La mujer rica sometida a una dieta se siente físicamente a merced de una economía de carencia. Así, una de las pocas mujeres que ganan 100.000 dólares al año tendrá un ingreso de 1.000 calorías al día. El hambre hace que una mujer de éxito se sienta fracasada: una arquitecta aprende a ver cómo se desmorona su obra; una mujer política, que dirige un proyecto de largo alcance, debe perderse en minucias e ir sumando cada bocado que come; la mujer que puede costearse grandes viajes no puede permitirse unas suculentas comidas

exóticas. Así el hambre socava cada experiencia de control, de seguridad económica y de liderazgo que las mujeres han aprendido a disfrutar desde hace sólo una generación. Unas mujeres que, desde hace tan poco tiempo, son libres para tener pensamientos que superen lo básico y simple, se ven nuevamente empujadas por esta ideología al yugo mental de la dependencia económica, a la obsesión por el sustento y la seguridad. Virginia Woolf creía que «no es posible pensar bien, amar bien, dormir bien, si no se ha cenado bien». «La lámpara inspiradora no se enciende con carne de vaca y ciruelas», escribió comparando la lamentable y pobre comida de las facultades femeninas de escasos medios con la de las ricas facultades para hombres, donde se comían, «lenguados reposando en una honda fuente, sobre la cual el cocinero de la facultad ha tendido una capa de blanquísima crema». Hoy, cuando por fin algunas mujeres han alcanzado el equivalente actual de 500 libras anuales y una habitación propia, hay un nuevo retroceso hacia la mezquina ración de carne hervida y tres ciruelas sin azúcar, y la lámpara sin encender.

La anoréxica puede iniciar su viaje con espíritu de desafío, pero desde el punto de vista de una sociedad dominada por los hombres, termina como la mujer perfecta. Es débil, asexuada y sin voz, y sólo con dificultad puede concentrarse en un mundo más allá de su plato. Han matado a la mujer que hay en ella. No está, o está a medias. Al verla así, despojada de su condición de mujer, resulta diáfano que un movimiento masivo, inconsciente pero virulento, de la imaginación ha urdido la Mentira Vital de la belleza esquelética. Un futuro en el cual las naciones industrializadas se pueblan de mujeres empujadas por la anorexia es uno de los pocos escenarios imaginables capaces de salvar la distribución actual de la riqueza y el poder de las demandas de las mujeres en su lucha por la igualdad.

Para los teóricos de la anorexia, concentrarse en la mujer individual, aun en su medio familiar, implica no reparar en la esencia táctica de esta lucha. Las represalias económicas y políticas contra el apetito femenino son, hoy en día, mucho más poderosas que la dinámica familiar.

Así como la escuálida Doncella de Hierro no es en realidad bella, la anorexia, la bulimia y aun la ingestión compulsiva de alimento, entendida en términos simbólicos, nos son en realidad enfermedades. Comienzan siendo respuestas sanas y mentalmente sensatas a una realidad social demencial: que una gran mayoría de mujeres puede sentirse bien frente a sí misma sólo en un estado permanente de inanición. La anoréxica se niega a dejar que la domine el ciclo oficial. Al pasar hambre, ella lo domina. La bulímica puede reconocer la

locura del culto del hambre, su derrota implícita, su negación del placer. La persona mentalmente sana se resistirá a elegir entre la comida y la sexualidad, cuando la sexualidad se puede comprar hoy con el sentimiento del cuerpo oficial. Al vomitar evita esta elección masoquista. Los trastornos en la alimentación se interpretan con frecuencia como síntomas de una necesidad neurótica de ejercer el control. Pero, sin duda, es un signo de salud mental tratar de controlar algo que intenta controlarnos, especialmente si se es una mujer joven y solitaria frente a una industria masiva movida por las necesidades de todo un orden mundial. La autodefensa es un alegato legítimo cuando se trata de trastornos en la alimentación, no la demencia. La autodefensa no es un estigma, mientras que la locura es una vergüenza.

La histeria de las mujeres victorianas, misteriosa en aquel entonces, adquiere sentido hoy cuando la vemos bajo la luz de las presiones sociales de la autoprivación sexual y el confinamiento en casa. Tendría que ser igualmente sencillo interpretar la anorexia. Lo que era la histeria para el fetiche del siglo XIX, de la mujer asexuada encerrada en su hogar, es hoy la anorexia para el fetiche de fines del siglo XX, la mujer hambrienta.

La anorexia se propaga porque da resultados. No sólo resuelve el dilema de la mujer joven frente al culto del hambre, sino que además la protege del asedio en la calle y de la coacción sexual. Los obreros de la construcción no molestan a los esqueletos andantes. No tener grasa significa no tener pechos, muslos, caderas o trasero, equivalente por una vez a no haber «buscado» el acoso. Las revistas dicen a las mujeres que pueden controlar sus cuerpos, pero sus experiencias de acoso sexual sufridas les dan la sensación de no poder controlar lo que, según parece, su cuerpo provoca. Nuestra cultura concede sólo dos sueños en los cuales imaginar su cuerpo, como una moneda de dos caras: una es pornográfica, la otra, anoréxica. La primera es para la noche, y la segunda para el día. Se supone que una se dirige a los hombres y la otra, a las mujeres. No tiene la opción de abstenerse de arrojar la moneda ni tampoco, por ahora, de exigir un sueño mejor. El cuerpo anoréxico es, desde el punto de vista sexual, un refugio mucho más seguro que el pornográfico.

Al mismo tiempo actúan en favor de las instituciones dominadas por los hombres al llevar hábilmente a estas mujeres despojadas de su condición femenina a posiciones más próximas al poder. El proceso es cuidadoso y selectivo, tomando a mujeres de todas las clases sociales de escuelas de nivel superior y de universidades, porque es en este sector donde están aproximándose demasiado a las posiciones de

autoridad. En estos medios se observa la prueba de cómo el hambre contrarresta el acceso al poder en la vida de cualquier mujer. Observamos allí centenares de miles de mujeres con educación superior que viven y estudian en los centros de influencia cultural sin causar dificultades. La estudiante anoréxica, como el judío antisemita y el negro que se odia a sí mismo, se integra muy bien. Ha sido políticamente castrada y se le ha dejado exactamente la cantidad de energía necesaria para que haga, despacito y con buena letra, sus deberes de la escuela, mientras da vueltas en la noria en círculos interminables. No tiene energía para enojarse ni para organizarse, para buscar el sexo, para gritar por un megáfono, para exigir más dinero para un transporte nocturno seguro o para programas de estudios destinados a mujeres, o para saber, por último, dónde están todos los profesores de sexo femenino. Manejar una clase mixta con una mitad de mujeres anoréxicas es una experiencia distinta de la de dirigir la clase con una mitad de mujeres radiantes de salud y confianza. La mujer que deberían contener todas ellas se ha anulado, con lo cual la clase parece más un curso exclusivamente masculino, tal como ocurría antes para comodidad de todos.

La permanencia de las mujeres en el extremo oficial del espectro de peso requiere que un 95% de ellas confiera alguna medida de infantilismo o de rigidez a su vida mental. La belleza de la delgadez estriba no sólo en sus efectos sobre el cuerpo, sino además en los que tiene sobre la mente, ya que lo que se aprecia no es la delgadez en sí, sino el hambre, en el que la delgadez es algo puramente sintomático. El hambre impone una atractiva limitación al foco de interés de una mente que se «ha descuidado». Los bebés no pueden alimentarse solos y los inválidos y los religiosos ortodoxos requieren dietas especiales. Estar a dieta hace que las mujeres se vean a sí mismas como bebés, enfermos o religiosos. Sólo esta nueva técnica puede desplegar suficiente vigor y amplitud para continuar la obra abandonada por el aislamiento doméstico y la castidad obligada. Es correcto que se cuestione el término «natural», pero si existe un instinto enteramente natural, es el de satisfacer el hambre. Si existe una forma femenina natural, es la que les permite ser sexuales y fértiles, en lugar de estar siempre pensando en ello. Permanecer con hambre cuando se dispone de alimento, tal como lo están haciendo las mujeres occidentales, es someterse a una condición de vida tan poco natural como lo peor que se le haya ocurrido a la especie hasta hoy. Es más insólito que el canibalismo.

Hacer régimen es la esencia de la feminidad en el mundo actual. Privarse de comida se considera bueno en la mujer y malo en un hombre. «En las mujeres», estableció la Clínica para el Estrés de

Austin, «la preocupación por la dieta tenía una fuerte relación con "rasgos femeninos positivos"». En los hombres, limitarse en la comida se relacionaba con «una feminidad socialmente indeseable». En tanto que la mujer femenina en la mística estudiada por Betty Friedan se privaba de gratificarse en este mundo, el modelo de feminidad triunfador y maduro de hoy se somete a una vida de privación para su cuerpo.

El hecho es que este sello de garantía de una envidiable adaptación tiene tan poca validez innata como el anterior, pues también está basado en una Mentira Vital. Cuando las mujeres «inmaduras» de la década de los cincuenta aspiraban a tener orgasmos clitorales mientras que las «maduras» cedían pasivamente, hoy el deseo oral se interpreta dentro de un código sexual semejante. Se considera una falta de madurez de las mujeres comer con apetito, puesto que se les ha dicho que así arriesgan su sexualidad. Se las ve como más maduras cuando sufren hambre y se les promete que así accederán a la sexualidad. En los años setenta, cuando se reivindicó el coge clitoral, muchas mujeres tienen que haberse preguntado cómo pudieron vivir en un ambiente que se lo negaba. En los ochenta, muchas mujeres se vieron obligadas a negar la existencia de su lengua, su boca, sus labios y su vientre. En los noventa, si las mujeres llegan a recuperar el placer del apetito, podrán preguntarse qué las poseyó durante esos largos años de hambre, mezquinos y sin sentido. La autoprivación en materia de comida se considera actualmente como buena para el marido y mejor aún para la mujer. Superando el mito, el hambre femenino parecerá tan obviamente destructor del bienestar de las mujeres y de sus seres queridos como lo parece hoy su pasado de reclusión forzosa en el interior de su hogar.

Sexo, comida y carne. Tal es la única ideología política -no la salud, o los deseos del hombre, o alguna ley de belleza- que sostiene la creencia de que la mujer no puede poseer las tres cosas. Las jóvenes creen en algo que no pueden cuestionar, pues no tienen ningún recuerdo anterior: que no pueden tener sexo, comida ni carne en abundancia, y que los tres términos se excluyen entre sí.

Muerte fácil

Es sumamente fácil volverse anoréxica. Cuando tenía 12 años fui a visitar a una prima mayor que yo y de aspecto voluptuoso. «Estoy intentando», me dijo al explicarme los ejercicios de respiración profunda que hacía antes de acostarse, «visualizar mi barriga como algo que puedo amar y aceptar y con lo cual puedo convivir». Compacta aún y de una pieza dentro de mi cuerpo de niña, me alarmó pensar que ser mujer implicase romperse en pedazos que flotaban sueltos, puesto que mi prima parecía tratar de mantenerse de una sola pieza mediante una hazaña de concentración. La idea no me tranquilizaba. Mi pecho incipiente me dolía ya. Mientras ella hacía sus ejercicios, me puse a hojear un número de la revista *Cosmopolitan*, donde vi un artículo que mostraba a las mujeres cómo vestirse, posar y moverse en la cama junto a su pareja para disimular su gordura.

Mi prima me miró de arriba a abajo. «¿Sabes cuánto pesas?», me preguntó. Respondí que no lo sabía. «¿Por qué no te pesas en la balanza?», sugirió. Intuía hasta qué punto mi prima deseaba habitar un simple y liviano cuerpo de niña de doce años. Se me ocurrió que aquello significaba que, cuando yo fuese mujer, desearía salir de mi propio cuerpo para meterme en el de una niñita.

Un año más tarde, estaba inclinada bebiendo en el surtidor de agua de un pasillo de mi escuela secundaria, cuando Bobby Werner, a quien apenas conocía, me dio un fuerte golpe en la parte blanda del vientre, debajo del ombligo. Pasaría una década antes que recordase que Bobby era el chico gordo de la clase.

Aquella noche dejé que se solidificase el jugo de mi costilla de cordero en el plato. Veía nódulos viscosos de grasa, un borde chamuscado de sustancia amarilla que pasaba del estado líquido al sólido, con la leyenda «Primera calidad» en letras de azul lavable. El hueso del centro, serrado, se me aparecía cortado por una poderosa cuchilla. Tuve una nueva sensación, una náusea maligna y llena del placer del rechazo. Al levantarme de la mesa con hambre aún, se encendió un faro de satisfacción conmigo misma en el centro de mi esófago, con una sensación embriagadora. Durante toda la noche me pareció estar aspirándola.

Al día siguiente pasé junto al bloc de notas que teníamos al lado del lavavajillas. Sabía lo que decía, a pesar de ser algo privado de mi madre: ½ pomelo; café negro; 4 galletitas integrales; un helado de agua; un último garabato negro; comilona. Sentí ganas de romper el

papel. Algún recuerdo.

Ya no tenía paciencia para las confesiones banales de las mujeres. Por el sabor de mi boca sabía que algo en mi cuerpo se estaba descomponiendo. Bien. La chica permanecía de pie en la cubierta en llamas. Con un acceso de determinación metí los platos sucios en el fregadero.

A los trece años estaba consumiendo el equivalente calórico de la energía en alimentos asignada a las víctimas del hambre durante el sitio de París. Hacía mi trabajo escolar con gran diligencia y permanecía muy quieta en clase. Era un obediente juguete de cuerda. Ni una maestra, ni la directora, ni la psicopedagoga escolar me hicieron ninguna observación por mi obvio y progresivo destierro del mundo de los vivos.

Había muchas chicas medio muertas de hambre en mi escuela y cada una de ellas era la alumna ideal para un maestro. Se nos permitía ir y venir, coleccionando premios por buena conducta, mientras se nos caía el pelo a puñados y disminuían los depósito de grasa debajo de las órbitas de nuestros ojos. Cuando el globo del ojo se movía, sentíamos la resistencia. Nos permitían izar nuestros huesos por la cuerda del gimnasio, donde nada, salvo la fuerza de una voluntad extenuada, se interponía entre el techo, hasta el cual nos aferrábamos con unas manos tan escuálidas que el cáñamo parecía raspar con sólo cartílago, y el suelo de madera lustrada diez metros más abajo.

Una voz desconocida reemplazó la mía. Nunca tuve una voz tan suave. Perdió expresión y timbre y se hundió en la monotonía, en un murmullo opaco, lo opuesto a la estridencia. Mis maestras estaban contentas conmigo. No veían nada malo en lo que estaba haciendo, y juraría que me miraban fijamente. Mi escuela había dejado de disecar gatos vagabundos por considerarlo inhumano. En cambio, en mi experimento científico independiente no había interferencias. Mi objetivo era determinar la cantidad mínima de alimento que se necesita para mantenerse viva.

Los sueños que tenía no eran nunca las visiones de adolescentes que tienen los varones o las mujeres libres y sanas. Ni una fantasía de sexo, de huida, de rebelión o de éxito futuro. Todo mi espacio para soñar estaba ocupado por la comida. Cuando me tendía en la cama en la postura tradicional del adolescente soñador, no tenía consuelo. Los huesos se me incrustaban en el colchón. Mis costillas eran como ganchos y mi columna vertebral como una cuchilla, y mi hambre como una pesada coraza, la única con que contaba para ahuyentar las

frivolidades que se me pegarían al cuerpo como parásitos en el instante en que diera un mal paso hacia el mundo de las mujeres. Mi médico apoyaba una mano en mi estómago me decía que podía palpar mi columna vertebral. Mi fría mirada se posaba con odio en las mujeres que obviamente carecían del temple necesario para sufrir como yo.

Hice un dibujo. Era yo misma muy, muy pequeña, acurrucada en una especie de madriguera, rodeada de cosas para hacer un nido, con una provisión de nueces y uvas, protegida. Esa pequeñez y ese refugio oculto eran lo que yo anhelaba en el momento de la vida en que Stephen Dedalus había ansiado lanzarse al mundo como un meteoro. ¿Qué significaba aquel dibujo? No anhelaba estar a salvo de las opciones del mundo, sino de la obligación de entablar un combate en el cual sólo podía creer si olvidaba todo lo relativo a mí misma y me sometía a comenzar de nuevo más atontada, como alguien que ha recibido un golpe en la nuca. Tenía que olvidar de que eran mis amigas y convencerme de que, en realidad, eran mis enemigas: mis compañeras de juego en el patio de la escuela, mis compañeras de travesuras cuando robábamos pintalabios con sabor a Pepsi-Cola, Gemma, Stacy y Kim, que se ponían en línea junto a mí en un gran dormitorio oscuro, con la mirada fija en el espejo. Con el mentón iluminado desde abajo por una vela, cantábamos *No la tenemos miedo a la sanguinaria*, muertas de miedo. Sabía que si me dejaba caer hacia adelante en el tiempo nunca volvería a estar así otra vez, hombro con hombro frente a un espejo, con la sanguinaria Mary al otro lado del cristal y, sin nada en nosotras.

Pasar hambre en la adolescencia fue para mí una prolongada resistencia a nacer y a ser mujer, si ello implicaba asumir un estado de belleza. Los niños se resisten a los convencionalismos desconcertantes y suelen captar la locura social en toda su dimensión. En séptimo grado sabíamos lo que se nos venía encima y todas fuimos presa de un temor lógico, no la locura normal de la adolescente, sino pánico ante lo que se alzaba desafiando todo lo natural. Como en el juego de las «estatuas», sabíamos que la belleza nos ordenaría quedarnos «congeladas» en una posición y que, fuese la que fuese, esa posición sería la definitiva.

«Supimos la verdad a los diecisiete años», se lamentaba una canción muy popular de entonces «... que el amor era para las reinas de belleza...». Nos intercambiábamos los trajes de baño nuevos y los estropeábamos, jurando que nunca perdonaríamos a quien se lo habíamos prestado. Cuando Gemma y Kim posaban para la Polaroid de Stacy, Kim decía: «No te preocupes por esa foto, estabas muy cerca

de la cámara». Gemma arqueaba el cuello frente al espejo, buscando la horrible verdad, mientras Kim se preguntaba cómo podía ser que las palabras de su madre brotasen de su propia boca.

La ingenua Julie fue la primera a la que le creció el pecho, y se convirtió en una cínica hacia el día de Acción de Gracias. Como nadie más en la clase tenía aspecto de mujerzuela, se le confirió a ella ese título, y no tardó en capitular. Se tiñó el pelo de rubio y empezó a mezclarse con chicos que tocaban música rock en los garajes. Marianne, como tenía piernas largas y un cuello de cisne, salía corriendo de la escuela para practicar sus *pliés* en la barra, con el pelo recogido en un moño y la cabeza erguida, para doblarse y echarse hacia atrás e inclinarse saludando al espejo hasta que caía la noche. Cara recitó sin ninguna expresión su papel, pero, como tenía una trenza color trigo que le llegaba a la cintura, obtuvo el papel de Titania para la representación de fin de curso. Emily, bulliciosa y de nariz chata, era capaz de actuar mejor que Cara hasta estando dormida. Al ver el reparto se volvió, sin decir nada, hacia su mejor amiga, quien le pasó una caja de chocolate con leche. Evvy, alta, fuerte, de huesos grandes, observó cómo Elise exhibía aquel hoyuelo arrebatador. Fuera de la clase la acorraló y le preguntó si se consideraba guapa. Elise respondió que sí y Evvy le arrojó a la cara una pipeta con ácido robada en el gabinete de biología. Dodie detestaba su pelo negro que no parecía crecer. Con gran sigilo se acercó a la rubia Karen y le cortó un mechón con unas tijeras de podar. Hasta Karen comprendió que no era una cuestión personal.

Las cosas que veíamos hacer a las mujeres en nombre de la belleza nos parecían absurdas. Yo deseaba viajar, pero veía que la belleza hacía viajar en círculos. Mi madre, una mujer hermosa, no obtenía mucho de los placeres que yo alcanzaba a entender. Advertí que la belleza la hacía sufrir: moderación o abstinencia durante los banquetes, furia al pesarse en la báscula, masajes demasiado enérgicos, fotografías llenas de autorreproches pegadas a la puerta de la nevera. Había ganado. ¿Por qué no le bastaba? Pensé que sería agradable ser bonita como ella, sin duda, pero nada parecía ser suficiente para compensar aquella degradación interminable.

La anorexia era el único medio que yo veía para mantener la dignidad del cuerpo que había tenido de niña y que perdería como mujer. Era la única elección que tenía carácter de tal. Al negarme a asumir un cuerpo de mujer y recibir una calificación, elegía no limitar todas mis decisiones futuras a las cosas pequeñas, y no dejar que otros decidieran por mí en los aspectos más importantes. Pero a medida que pasaba el tiempo, mis decisiones se hicieron cada vez más limitadas.

¿Caldo de carne o agua caliente con limón? El caldo tenía 20 calorías. Tomaría agua. El limón tenía cuatro. Podía vivir sin él. Apenas.

Hoy, cuando consigo recordar aquella época, en medio de otro apagón de las fuentes de la memoria, mi tristeza no alcanza a borrar la furia que le sigue de cerca. ¿A quién debo reclamar por ese año perdido? ¿Cuántos centímetros de talla perdí por privar de calcio a mis huesos, con sus osteoblastos luchando por multiplicarse sin nutrientes? ¿En cuántos años de adelanto una espina dorsal frágil hará que se me encoja el cuello? En los departamentos kafkianos de esta oficina del hambre que me declaraba culpable de un crimen tan poco específico como el de habitar un cuerpo de mujer, ¿a qué puerta debo llamar? ¿Quién está obligado a ofrecerme una indemnización por las ideas rechazadas, la energía nunca encontrada, las exploraciones nunca imaginadas? ¿Quién está en deuda conmigo por esa ocupación de un año entero de una mente en el momento de su más apremiante desarrollo?

En nuestra interpretación de los daños causados por el mito de la belleza, no es posible por ahora culpar a nadie, excepto a nosotras mismas. Pero puedo decir, al menos en mi propio nombre: a los trece años, ¿estar a punto de morir de hambre? Inocente. Esta niña es inocente. Claro que hay un cargo por culpabilidad pendiente desde hace mucho tiempo. Está en algún lugar, o en algo, pero no en mí.

Las víctimas más jóvenes, desde los primeros años de la infancia, aprenden a pasar hambre y a vomitar por culpa del mensaje arrolladamente poderoso de nuestra cultura, que nunca logré vencer a pesar de todo el amor y el apoyo de mis padres. Sabía que ellos no querían que me muriese de hambre porque me amaban, pero su amor estaba en contradicción con el mensaje de un mundo más amplio, que deseaba que pasase hambre para poder amarme. Como bien saben las jóvenes, el mensaje que deberán escuchar es el del mundo más amplio si aspiran a salir de la protección de sus padres. ¿Demasiado delgada ya? Hacía la pregunta. ¿Y ahora? ¿No? ¿Ahora?

Este mundo más amplio nunca transmite a las jóvenes el mensaje de que su cuerpo es valioso simplemente porque ellas están dentro de él. Hasta que nuestra cultura les diga que son aceptadas con cualquier cuerpo, que las mujeres tienen el valor por sí mismas con el pretexto de la belleza o sin él, las jóvenes continuarán pasando hambre. Los mensajes institucionales premian la educación femenina con el hambre. Sin embargo, cuando la lección es tomada peligrosamente en serio, ignoran las consecuencias, con lo cual se refuerza el mal. Las anoréxicas quieren que las salven, pero no pueden confiar en unos

consejeros individuales, en los miembros de su familia o sus amigos. Todo ello es demasiado incierto. Son signos de interrogaciones vivientes que cuestionan, apelan a las escuelas, universidades y otros mensajeros que transmiten lo que es culturalmente aceptable en las mujeres, para decirles en términos inequívocos: esto es intolerable. Esto es inaceptable. Aquí no hacemos pasar hambre a las mujeres. Las valoramos. Al apartar ojos indiferentes de los estragos causados por la reacción entre sus jóvenes, las escuelas y universidades están destruyendo a las mujeres de los Estados Unidos. Europa, por su parte aprende a hacer lo mismo. No es necesario morir para que se dé de baja a la víctima. No cabe calificar como viva a una anoréxica. Ser anoréxica significa llevar una estrecha cuenta diaria de una muerte lenta, ser miembro de la masa de no muertos que caminan.

Como las instituciones encaran esta epidemia como una de esas embarazosas cuestiones femeninas que hay que tratar dentro del claustro, como los distribuidores de tampones, no se formula ninguna lamentación formal. Se mantiene así en la ignorancia a las estudiantes en cuanto a ayudarlas a reconocer algo que ven suceder en su entorno y que conocen personalmente. No se les permite reconocer esta epidemia como una realidad, como algo mortal que tiene lugar a su alrededor y en su interior. Por tal motivo deben reprimir su horripilante conocimiento, o reducirlo a algo trivial, o culpar a su víctima. Una estudiante más cae enferma. Otra desaparece. Una tercera sucumbe.

En la universidad nunca tuvimos la oportunidad de llorar por Sally. Vestida como una muñeca de trapo adinerada, con ropa de algodón desteñido y encajes llevaba una pluma de pavo real en un viejo sombrero. Mantenía su redonda barriga tercermundista elegantemente disimulada, y su aguda inteligencia envainada, pero era capaz de deshacer en un argumento como quien desintegra un trozo de algodón, para luego presentar una conclusión sólida como el cuarzo. Su voz débil callaba de repente y sus labios pálidos se apretaban. En las fiestas echaba haca atrás su desmelenada cabellera, demasiado grande para su cuerpo, para hallar el punto donde golpearla repetidamente contra la pared. La mente se le relajaba y bailaba como una bruja demente, agitando los miembros desarticulados. Era un espectáculo en toda la universidad: «Toca algo bueno para que lo baile Sally».

Se fue inesperadamente. Sus compañeras de cuarto tuvieron que empaquetar sus cosas para enviárselas: una báscula de precisión para pesar su medio panecillo diario, las pesas de siete kilos para las manos y el escrito de devastadora claridad dejado sin terminar en su

escritorio.

Cuando me dijeron que había perdido sus últimas fuerzas, recordé como una hermosa tarde azulada de otoño, cuando un grupo de estudiantes salía de una aula discutiendo, excitados y locuaces. Ella dejó caer ruidosamente sus libros. Echando hacia atrás los brazos, de los cuales colgaba su suéter con grande espacios vacíos, hizo una gran pirueta y de un salto fue a dar en medio del grupo. Uno de nuestro compañeros alcanzó a sostenerla antes de que cayese y me la entregó, agitándose como un bebé inquieto.

La sostuve entre mis brazos con facilidad. Lo había logrado. Había escapado a la gravedad. Sus miembros eran livianos como ramas huecas de abedul, con su corteza intacta, pero sin médula, sin savia. Pude tenerla en mis brazos porque no quedaba casi nada de ella.

Haces de ramitas, huesos cubiertos por zapatillas deportivas gastadas, marchando hacia adelante hacia un tiempo implacable. Las jóvenes proyectaban sombras como las de los títeres javaneses, con cabezas enormes, que desaparecían bajo las luces laterales. Con la boca reseca de los ancianos y los inseguros, corren a casa con sus rodillas abultadas cuando todavía es de día.

Nada justifica una comparación con el Holocausto, pero frente a un gran número de cuerpos esqueléticos muertos de inanición, no por acción de la naturaleza sino de los hombres, cabe señalar cierta semejanza. El cuerpo hambriento no sabe que se lo considera libre. La experiencia de vivir dentro de un cuerpo anoréxico, aun cuando viva en un barrio acomodado, es la experiencia del cuerpo que vivió en Bergen Belsen, si imaginamos para el internado en Belsen un 40% de probabilidades de prisión perpetua y un 15% de probabilidades de muerte. Estas experiencias se aproximan más entre sí que a las de un cuerpo de clase media que no está encarcelado en nuestro próspero Primer Mundo. Aunque trato de evitar las imágenes de los campos de exterminio, se repiten en mi mente. Estas mujeres jóvenes no pesan más que los cadáveres documentados en los archivos de lo que recibe el legítimo nombre de Infierno. En su momento de mayor gravedad, no tienen nada que comer. Y no pueden elegir. Por una causa desconocida, que debe de ser fisiológica, en cierto punto de su estado de inanición dejan de poder decidir si morirse de hambre o comer. Además, aunque rara vez se reconoce el hecho, tienen hambre. Yo tenía hambre en cada momento consciente. También tenía hambre cuando dormía.

Las mujeres deben denunciar la anorexia como un daño político que

les es infligido por un orden social que considera insignificante su destrucción, porque son lo que son, poca cosa. Deben considerarla como los judíos consideraron los campos de exterminio, como los homosexuales consideran el sida: una vergüenza que no les pertenece exclusivamente, sino que es la de un orden social inhumano.

La anorexia es un campo de prisioneros. Lo ocupa una quinta parte de las mujeres educadas de los Estados Unidos. Susie Orbach ha comparado la enfermedad a las huelgas de hambre de los presos políticos, en particular, las de las sufragistas. No se trata de una metáfora. Ser anoréxico o bulímico es ser un preso político.

La tercera ola: movimiento detenido

Si observamos la relación inerte que tienen tantas mujeres con el feminismo, vemos que, mediante la anorexia y la bulimia, el mito de la belleza está ganando la ofensiva. ¿Dónde están las activistas de la nueva generación, la sangre nueva que infunda energías al agotamiento y la fatiga de la segunda ola? ¿Por qué tantas mujeres están tan calladas? Al menos un 20% de las mujeres están tan calladas porque están muriéndose de hambre. La gente hambrienta se caracteriza por su falta de entusiasmo para organizarse. Otro 30 -50% está vencido por la adicción, costosa y vergonzante, a vomitar en los lavabos de los principales centros universitarios. Si las jóvenes que, al parecer, deberían salir de ellos no esgrimen el estandarte del movimiento feminista es tal vez por algo tan simple como que están demasiado enfermas físicamente para poder hacer algo más que afrontar las exigencias de la vida diaria. En el plano mental, la epidemia de trastornos relacionados con la comida da al feminismo una apariencia poco convincente para la generación actual. Ser mujer no es obviamente algo por lo cual valga la pena tomar las armas. Nos da hambre, nos debilita y nos enferma.

Aparte de esto, existen otros problemas de sucesión creados por el mito. Las mujeres heredaron veinte años del estereotipo de la Feminista Fea, de modo que... «Soy femenina, no feminista», dice una estudiante de último año universitario en un artículo del *Time*. «Imagino a una feminista como alguien masculino que no se depila las piernas.» No se da cuenta de que fueron otros quienes pintaron a la feminista con esos rasgos para que ella piense del mismo modo. Otros culpan al movimiento feminista de la reacción en favor de la belleza surgida como oposición a dicho movimiento. Kathryn, una mujer de 25 años citada por Sylvia Ann Hewlett, describe una fiesta en el despacho de abogados donde trabaja. «A menudo me indigna... la forma en que la liberación de la mujer ha aumentado las expectativas de los hombres.» Hace veinte años, se queja, un abogado joven deseaba llegar con una rubia deslumbrante del brazo, mientras que hoy él y sus colegas compiten para acompañar a la abogada de más éxito. «Lo malo es que estas *yuppies* tienen que ser tan deslumbrantes como las rubias del pasado.» Por último, las mujeres jóvenes, por culpa del mito, no pueden llegar a identificarse con las feministas de la segunda ola, simplemente porque éstas son mayores. Los hombres cuentan con la tradición para transmitirla a lo largo de las generaciones. Las mujeres sólo cuentan con la moda. Bajo esta estructura, el lazo entre las generaciones de mujeres queda destruido por definición, puesto que lo que ha sucedido anteriormente no se ve

como historia o tradición sino como algo embarazosamente *demodé*.

Para compartir una comida con una joven de esta generación ha que estar preparada para contemplar señales de una grave enfermedad. Fingimos no ver como escudriñan febrilmente el menú o la forma en que aparta la salsa. Si bebe cinco vasos de agua y chupa o mastica el hielo no debemos hacer comentarios. Apartamos la vista si trata de ocultar un palito de pan en un bolsito y tampoco vemos su incontenible agitación al ver llegar el carrito de los postres. Después de la comida no damos importancia a su prolongada desaparición, de la que vuelve con una expresión avergonzada, antes de tomar café. «¿Estás bien?» «Estoy *perfectamente*.» Cómo te atreves a preguntarlo...

Compartimos la cuenta, pero no hemos compartido la comida. El debate siempre renovado de los jóvenes de cada generación sobre cómo cambiarán el mundo para ajustarlo a sus creencias no podrá tener lugar en una mesa como ésta. Primero viene el carrito de los postres, sus asas doradas se levantan sobre nuestras cabezas y borran cualquier otro paisaje. El mundo deberá esperar. Es así como sucede.

No hay un malhechor acechando en la caja registradora. No hay ningún enemigo visible que nos haya hecho esto a nosotras dos. Está sólo el camarero, los mantelitos estampados, el tablero con el menú diario, el balde lleno de cubitos de hielo semiderretidos, el discreto corredor que conduce al baño cerrado con cerrojo. El mal, ha dicho Hannah Arendt, es algo banal. Pero el trabajo ya está hecho, de todos modos, y al parecer lo han hecho nuestras propias manos. Recogemos nuestros abrigos, salimos a la calle y nos separamos, sin haber dado vida a ninguna conversación.

Las jóvenes y las mujeres se debilitan seriamente al heredar las partículas residuales de dos décadas de explosiva reacción encabezada por el mito de la belleza. Existen, no obstante, otros factores que intensifican más aún las presiones sobre las jóvenes, en un grado tan considerable que lo sorprendente no es que un cierto número de ellas sufra enfermedades relacionadas con la nutrición, sino que haya muchas que no las sufren.

Las mujeres pasan hambre, también, porque el movimiento feminista cambió las instituciones lo suficiente como para obligarlas a admitir mujeres, pero no lo suficiente como para cambiar el carácter masculino del poder en sí. Las mujeres en las universidades «coeducacionales» siguen estando aisladas entre sí y se las admite en calidad de hombres *manqués*. Los estudios para las mujeres se mantienen en un terreno marginal y menos de un 5% de los profesores

son mujeres. La visión del mundo adquirida por las estudiantes es una visión masculina. Se las presiona para que se ajusten a la atmósfera masculina. Separadas de sus madres, las jóvenes universitarias tienen pocos modelos mayores que no sean hombres. ¿Cómo pueden, entonces, aprender a amar sus cuerpos? Las figuras principales que se les presentan para admirar y emular no son las de mujeres mayores respetables y sabias, sino de jóvenes de su misma edad o menores a las que no se respeta por su mentalidad. Físicamente, estas universidades se crearon para hombres o mujeres parecidas a los hombres. Están llenas de retratos al óleo de hombres, de placas con inscripciones de nombres de hombres, diseñadas -como el Yale Club, que quince años después de haber autorizado el ingreso de mujeres no contaba aún con vestuario para mujeres- para los hombres. No están bien iluminadas para proteger a las mujeres de las violaciones. En Yale, los planos policiales del campus con los puntos más peligrosos para el riesgo de violación no se mostraban al alumnado por miedo a alarmar a los padres. Los colegios universitarios se interesen de modo muy marginal por las cosas que pueden ocurrirle al cuerpo de las mujeres que no le ocurren al de los hombres. Por su parte, ellas intuyen este deseo de la institución de que los problemas de su cuerpo femenino desaparezcan por sí solos. Como respuesta, son los cuerpos lo que tienden a desaparecer.

A este aislamiento y falta de reconocimiento se suma el nivel de expectativas sin precedentes impuesto a las jóvenes con ambición. Las mujeres mayores, en cierto modo, exploraban lo mejor que ofrecían ambos papeles, el femenino y el masculino. Crecieron como mujeres y luego se abrieron camino, en una dura lucha, hasta entrar en la fuerza laboral masculina. Aprendieron a afirmar los valores de la mujer y a dominar un trabajo de hombres, siendo así doblemente fuertes. Las jóvenes, en cambio, se ven doblemente debilitadas. Criadas para competir como hombres en instituciones rígidas basadas en modelos masculinos, deben a la vez mantener hasta su último detalle una impecable feminidad. Los papeles para cada sexo en esta generación de mujeres no armonizaban en gran medida como dobles. Hoy se espera de las mujeres jóvenes que actúen como «verdaderos hombres», pero tengan aspecto de «verdaderas mujeres». Los padres han transferido a sus hijas las expectativas de éxito que antes iban dirigidas a los hijos; pero la carga de ser una belleza, heredada de sus madres, no ha disminuido proporcionalmente.

Las ceremonias de graduación son una representación de este conflicto. Creadas para iniciar a los jóvenes en un nuevo nivel de poder o de actividad, estas ceremonias apelan a una emoción poco femenina, el orgullo. Sin embargo, en cada rito iniciático de estas

instituciones, se exige un pago a la mujer joven en forma de «belleza». En estas ocasiones se exige aplacar y halagar a los hombres que poseen el poder, como prueba de que la joven en cuestión no ha tomado las cosas demasiado en serio al ganarse el diploma o el ascenso. Por una parte, quienes tienen el poder destacan el mito de la belleza con el fin de neutralizar los logros de las mujeres y, por otra, las mujeres se inclinan ante el mito en estas circunstancias en busca de su protección, como un talismán que les permitirá ascender a la próxima categoría sin sufrir ningún castigo.

En los años cincuenta, la «feminidad» servía para mitigar estos momentos de éxito. Como señala un anuncio del producto Listerine, «¿qué era un diploma comparado con esos valiosos anillos de compromiso de brillantes que llevaban Babs y Beth?». Hoy la belleza cumple el mismo cometido: «Sólo quince días hasta que Becky se gradúe. Quiero que ella también esté orgullosa de mí... ALBA hace que tu dieta sea un dulce éxito». En un anuncio de Johnnie Walker, se requieren dos *top-models* para musitar que «A él le parece espléndido que yo gane más que él». El *New York Times* cita a una mujer cuyo novio le pagó su operación de implante de mamas por haber obtenido su doctorado. Una tendencia actual en Estados Unidos es pagar a las hijas que se diploman el precio de estas operaciones, mientras que los varones son premiados con el tradicional recorrido por Europa. En la universidad, las estudiantes más brillantes suelen ser las que más se aproximan al estado de inanición. Las mujeres se someten a la cirugía de mamas, la liposucción o la rinoplastia, no sólo como recompensas por haber alcanzado poder -doctorados, herencias, bar-mitzvahs-; se las insta, más bien, a que la acepten como antídotos de su acceso al poder.

Es un impulso religioso hacia el sacrificio, como para aplacar a los dioses antes de emprender la etapa siguiente de su viaje. Pero los dioses tienen sed, insisten en que se les sirva. «Muchachos, eso es todo», dijo el encargado de entrevistar a los candidatos para la Beca Rhodes en Yale. «Chicas, por favor quedaos unos minutos más para que os demos ciertas indicaciones sobre ropa, aspecto y maquillaje.» Durante el almuerzo que formaba parte de la entrevista a los candidatos, se preguntó a los varones «¿Cómo piensan salvar al mundo de sí mismo?», mientras que a una chica se le preguntó: «¿Cómo lo haces para mantener esa espléndida figura?».

Las ceremonias en que se celebra el éxito revelan mucho en cuanto a la necesidad de los poderosos de castigar a las mujeres a través de la belleza, ya que la tensión de tener que reprimir el temor ante los logros de las mujeres no toma generalmente una expresión

formalizada. Hay una tendencia a lanzarles insultos inspirados en el mito de la belleza, tal como se cuentan chistes fúnebres en un velatorio. Se espera que los recuerdos de estas ceremonias de homenaje al éxito duren tanto como las instantáneas Polaroid que adquieren colores permanentes, recuerdos que se guardarán de una dura carrera. En el caso de las jóvenes y las mujeres, el mito mantiene dichos colores siempre líquidos para que, con una sola palabra, se manchen con los tonos uniformes del lodo.

Durante la ceremonia de graduación de mi facultad, el orador principal, Dick Cavett, que había pertenecido a la misma hermandad estudiantil que el rector de la universidad, una sociedad secreta exclusivamente masculina, se vio frente a 2.000 mujeres diplomadas en Yale, ataviadas con togas y birretes; en vista de ello les relató la siguiente anécdota. Cuando él estudiaba en Yale no había mujeres allí. Las mujeres estudiaban en Vassar, la universidad femenina. Allí, las fotografiaban desnudas en la clase de gimnasia para controlarles la postura. Algunas de aquellas fotografías terminaron en el mercado negro de pornografía de New Haven, sede de la universidad de Yale. El toque final, supuestamente cómico: no hubo compradores para aquellas fotografías.

Intencionado o no, este comentario ofensivo fue eficaz. Nosotras nos diplomábamos en Yale, pero nuestras fotos pornográficas tampoco valdrían la pena de ser compradas. Actualmente, 3.000 hombres de la promoción de 1984 tienen la seguridad de haberse graduado en esa universidad y recuerdan el día de su graduación, como cabía esperar, con orgullo. Muchas de las 2.000 mujeres graduadas el mismo día, si alguna vez piensan en él, vuelven a experimentar una sensación de impotencia, marginación, vergüenza y silencio lleno de complicidad. No podíamos provocar un tumulto, pues era el gran día para nuestros padres, que habían recorrido tal vez largas distancias para acompañarnos. Tampoco ellos podían decir nada, pues nos amaban.

El sol se filtró a través de la lluvia, el micrófono hizo un ruido sordo, y nosotras permanecimos sentadas allí, incómodas, cubiertas por nuestras calurosas togas de poliéster. Por un momento el orador nos había sacado de aquel agradable patio cuadrado donde nos habíamos creído apreciadas, para trasladarnos al sórdido barrio situado a unas cuatro manzanas de allí, donde las fotografías robadas de nuestros cuerpos desnudos no encontraban compradores. Mientras esperábamos el pergamino con el cual se honraba a nuestra mente, volvimos, presas de una vaga confusión, a meternos dentro de nuestro cuerpo, el cual, según acababan de decirnos, no valía nada. No podíamos permanecer sentadas allí, inmóviles, a menos que separásemos nuestra

inteligencia, objeto de aplausos, de nuestro cuerpo, objeto de burla. Así lo hicimos. Deseábamos el homenaje, nos lo habíamos ganado. El homenaje y la burla nos llegaron al mismo tiempo, desde el mismo estrado. Nos removimos en nuestros asientos.

Pagamos el precio exigido. Cuando se viven momentos como aquél, las estadísticas, en apariencia irreales, sobre los trastornos de alimentación en las mujeres sobre los trastornos de la alimentación en las mujeres adquieren mayor claridad. Una distinción como aquella provoca náuseas. Se nos arrebató el orgullo de cuatro duros años de trabajo y de lucha en el momento en que llegaban a nuestras manos y lo llenaron de lodo. Teníamos en la boca el sabor de una bilis que no era nuestra.

La presión de la pornografía de la belleza y la de alcanzar metas se combinan para atacar a las mujeres donde más vulnerables son, es decir, en la exploración de la propia sexualidad en relación con el sentido del propio valor. La pornografía de la belleza hace que una enfermedad relacionadas con la ingestión de alimentos parezca inevitable, y aun deseable, si una mujer aspira a considerarse sexual además de valiosa. Robin Lakoff y Raquel Scherr, en su obra *Face Value*, publicada en 1984, establecieron que «entre las mujeres universitarias las definiciones "modernas" de la belleza, como la salud, energía y confianza en sí misma» eran las que prevalecían. Lo malo es que «todas tenían una preocupación predominante: la forma y el peso de su cuerpo. Todas deseaban perder de tres a doce kilos, a pesar de que en su mayoría no tenían exceso de peso. Describían con gran lujo de detalles todos los defectos de su anatomía y hablaban del gran disgusto que sentían cada vez que se miraban al espejo». El gran disgusto que sienten surge de haber aprendido las rígidas convenciones de la pornografía de la belleza antes de haber conocido su propio valor sexual. En semejante ambiente, los trastornos en la alimentación adquieren más sentido.

La generación Anoréxica/Pornográfica

Cuando las mujeres de edades diversas tienen esas raras oportunidades de hablar, la gran brecha existente entre las mayores y las de la generación anoréxica/pornográfica dan lugar a serios errores de apreciación. «Esto es lo que digo para contar con su atención», dice Betty Friedan cuando se dirige a un auditorio de universitarias:

> ¿Cuántas de vosotras habéis usado alguna vez una faja? Ellas ríen. Luego les digo… «Antes, ser mujer en los Estados Unidos significaba que debíamos encerrar nuestra carne en un rígido estuche de plástico que hacía difícil el respirar y el moverse, pero se suponía que no nos dábamos cuenta. Nunca nos preguntábamos por qué usábamos faja, y tampoco debíamos fijarnos en las marcas rojas que tenía nuestra barriga cuando por la noche nos la quitábamos». Entonces les digo: «¿Cómo puedo pretender que comprendáis cómo era esa sensación cuando vosotras nunca habéis llevado nada debajo de los vaqueros, excepto panties o braguitas?» Esto les llega. Les señalo entonces lo lejos que hemos llegado, dónde estamos ahora, por qué deben comenzar a decir: «Soy feminista».

Para muchas jóvenes de la audiencia de Friedan, la faja está hecha con su propia carne. No pueden quitársela de noche. Las diminutas bragas no han traído a esta generación una despreocupada libertad del cuerpo, sino que se han convertido en elementos que imponen a las jóvenes un elegante decorado seudosexual con el que se pone nuevos límites a lo que deben pensar, como deben moverse y qué pueden comer. La reacción contra el feminismo hace en la mente de las jóvenes, mucho más libres potencialmente que antes, lo mismo que antes hacían las fajas, los corsés y las puertas cerradas de la universidad, hoy desaparecidas. La joven de después de los sesenta ve, en un día, más imágenes de mujeres «increíblemente» bellas y en actitudes «sexuales» que las que su madre vio en toda su adolescencia. Debe ver más si desea saber qué lugar le corresponde. Mediante la saturación por la imagen, se consigue hacer detonar sin daños el explosivo potencial de la generación presente.

Las jóvenes nacidas después de 1960 se han visto perjudicadas por no haber dispuesto de otra representación sexual que no fuese pornografía de la belleza. Sin embargo, no están dañadas como la generación de las que eran niñas en los setenta. Estas mujeres más jóvenes todavía están mortalmente enfermas. ¿Y las hijas de los ochenta?

«Las preadolescentes que se ponen a régimen han aumentado en proporción geométrica en los últimos años... "sabemos que las dietas se siguen con enorme frecuencia en cuarto y quinto grado"», señala Vivian Meehan, presidenta de la Asociación Nacional de Anorexia Nerviosa. En una encuesta realizada entre 494 niñas escolares de clase media en la zona de San Francisco, más del 50% consideraba que les sobraba peso, mientras que solamente el 15% entraba en esta categoría según las pautas médicas. El 31% de las de nueve años se consideraba demasiado gordas y el 81% de las niñas de diez años seguía un régimen. En el *New York Times*, el eslogan «Niñas en la tierra del maquillaje» describe una nueva campaña publicitaria para la venta de cosméticos para niñas, que podrán ir «pintadas de arriba a abajo». Una muñeca llamada Li'l Miss Makeup «se parece a una niña de 5 o 6 años» y, cuando se la pinta con agua, «le aparecen cejas, párpados coloreados, uñas y labios con color y un lunar en forma de corazón».

Estas niñas, nacidas en la época de la primera elección de Reagan, muestran las mutaciones resultantes del contrafeminismo en su tercera generación. Nacen con una deformidad congénita. Carecen de infancia. Esta generación tendrá mayores dificultades todavía en su vida dentro de su cuerpo que las nacidas en los sesenta y setenta. Nacidas para competir, en sus primeros recuerdos estarán asociados la feminidad y la privación. El hambre será erotizada para ellas como vía de acceso a la sexualidad adulta. Que una niña de siete años de hoy se suba a la báscula de baño y lance una exclamación de horror es tanto un ritual de feminidad, inseparable de la promesa de felicidad sexual, como las poses provocativas adoptadas en mi propia generación el contemplarnos en el espejo calzadas con zapatos de tacones altos, o como el de nuestras madres vistiendo de raso blanco a sus muñecas. Si comienzan a seguir una dieta a los siete años y no tienen experiencia sexual hasta la mitad de su adolescencia, será ya demasiado tarde. Habrán pasado la mitad de su vida en un aprendizaje de masoquismo como preparación para la gratificación sexual. No habrán tenido muchas oportunidades de acumular recuerdos de la vida erótica en un cuerpo infantil edénico, integrado, que busca placer y satisfacción. Aprenderán masoquismo a la vez que sexualidad e ingresarán en una adolescencia prolongada e insegura, bombardeada por nuevos mensajes de la belleza como masoquismo, sin la protección de la integridad de un fondo sexual inocente de todo sufrimiento.

Fuera del camino

Dejada atrás la protección de las carabinas, sin alcanzar todavía la de la integridad sexual, las jóvenes son vulnerables de muchas nuevas maneras. Nunca en el pasado tuvieron tanto margen para desplazarse sin compañía por el mundo, pero resulta irónico que este hecho haya dado un nuevo empleo a los trastornos en la alimentación.

La antigua claustrofobia tiene un nuevo elemento irritante, más molesto que nunca. La joven adolescente sabe, como no lo sabía su madre a su edad, qué es lo que se está perdiendo. Ha podido ya experimentarlo. En el poema de Christina Rosetti «El mercado de los duendes», una hermana, que no probó la fruta prohibida, se mantuvo intacta. La otra probó un sorbo de dulzura y descubrió que era adictivo. Necesitaba más, necesitaba llenarse, pues de lo contrario corría el riesgo de desaparecer.

La amenaza del peligro sexual convierte el cuerpo de la jovencita en un paisaje sobre el cual debe proyectar ese mundo exterior cada vez más próximo. Este arresto domiciliario de la adolescencia lleva los sueños de búsqueda y de exploración a un despertar estéril. Marrakesh, Malabar, las Islas de las Especias, las fantasías del descubrimiento se desmoronan y la niña aprende a pintarse un punto brillante en el centro de su labio superior. Debe limitar sus aventuras a aquellas en las que es posible que la vean bien, ya que las aventuras verdaderamente interesantes pueden exponerla a que la miren con efectos desastrosos. Mientras sus contemporáneos varones marchan hacia la libertad, ella y la cadena dorada de su «belleza» no pueden seguirlos.

Como adolescente, advierte con creciente horror que no era broma. Caminar sola será siempre para ella una pesada tarea. La anorexia, la bulimia y la obsesión por el ejercicio sirven para dar rienda suelta y a la vez adormecer la frustración de la claustrofobia que acompaña el lamentable descubrimiento de que el ancho mundo que imaginó y que acaba de recibir le está vedado por la amenaza de la violencia sexual.

Si comiera, tendría energía, pero la adolescencia se ha organizado para liberar sin peligro sólo la energía masculina. Desde los deportes atléticos a las conquistas sexuales y a las melancólicas caminatas por los bosques, los varones tienen medios para expresar esa agitación de la espera hasta alzar el vuelo. Si, en cambio, una adolescente tiene su ración normal de *Wanderlust*, libido y curiosidad su situación será muy difícil. Con amplias reservas de azúcar para sumergirse en la

exploración intelectual, de almidones que se transformen en actividad para sus largas piernas, de grasa para su curiosidad sexual y la falta de temor surgida de no preocuparse por el origen de su próxima comida, esta chica tendrá problemas.

¿Qué sucederá si no se preocupa por su cuerpo y come lo suficiente para su crecimiento? Tal vez se le rompan las medias y deba mentir acerca de su edad para poder bailar al ritmo de una banda y volver a casa descalza, con los zapatos en la mano, sola y al amanecer. Podría quizás trabajar como «canguro» una vez al mes en un refugio de mujeres golpeadas. Podría patinar cuesta abajo por Lombard Street con sus siete curvas cerradas, o enamorarse de su mejor amigo y hacer algo al respecto, o quedarse contemplando durante horas el contenido de unos tubos de ensayo aunque tenga el pelo todo revuelto, o subir a un promontorio con sus amigas y embriagarse al alcanzar la cima, o sentarse cuando el himno nacional dice que hay que estar de pie, o trepar a un tren de carga, o aceptar a un amante sin decirle cuál es su apellido, o embarcarse en un carguero. Podría regocijarse con todas esas libertades que tan triviales parecen a quienes las dan por supuestas. Podría regodearse en los sueños que parecen tan obvios a quienes crecieron abrigándolos cada vez que lo deseaban. ¿Quién sabe lo que podría hacer? ¿Quién sabe lo que sentiría?

Pero la verdad es que si no tiene cuidado terminará violada, embarazada, imposible de controlar, o simplemente gorda. La adolescente lo sabe. Todo el mundo le dice que tenga cuidado. Sabe que haber hecho de su cuerpo un paisaje que ella domina es preferible a toda forma de desenfreno.

Seguir una dieta equivale a tener cuidado y, para tener cuidado, nada hay mejor que internarse en un campo de inanición.

VII. Violencia

> Para presumir hay que sufrir.
>
> *Refrán tradicional*

> Las mujeres deben trabajar para ser bellas.
>
> *W.B. Yeats*

> A la mujer le dijo: Tantas haré tus fatigas cuantos sean tus embarazos. Tus hijos parirás con dolor, hacia tu marido será tu apetencia, y él mandará sobre ti.
>
> *Génesis 3:16*

El hambre provoca dolor en las mujeres, y hace que dañen sus cuerpos. Los estudios señalan que una vez que se inicia la violencia, ésta va en aumento. En la actualidad, la cirugía plástica es la especialidad médica de más rápido desarrollo. Más de dos millones de norteamericanos, por lo menos el 87% de ellos mujeres, se habían operado en 1988, cifra que se triplicó en dos años. A lo largo de la década de los ochenta, las mujeres adquirieron mayor poder y un número sin precedentes de ellas se acercó a esta cirugía y se sometió al bisturí. ¿Por qué la cirugía? ¿Por qué ahora?

Desde el comienzo de su historia hasta poco antes de los años sesenta, pertenecer al género femenino era motivo de sufrimiento. A causa de la fiebre puerperal y de las complicaciones del parto, dar a luz fue cruelmente doloroso hasta la invención del cloroformo a mediados del siglo XIX y mortalmente peligroso hasta el advenimiento de la asepsia hacia 1870. Más tarde la sexualidad trajo consigo el riesgo de hemorragia, perforación de útero y muerte por septicemia. El «trabajo» para las mujeres siempre se asoció con «trabajo de parto», de tal manera que el trabajo, la sexualidad, el amor, el dolor y la muerte a través de los siglos, todo entrelazado en un nudo vivo en el centro de la conciencia femenina, estaba siempre presente. El amor hacía sufrir, el sexo podía matar, el doloroso trabajo del parto era un trabajo de amor. Lo que sería masoquismo en un hombre ha significado sobrevivir para la mujer.

La sexualidad comenzó a perder sus peligros en 1965, cuando en el juicio Griswold contra Connecticut se legalizó la venta de anticonceptivos y la píldora se recetó extensamente. Dichos peligros disminuyeron más aún entre fines de los sesenta y fines de los ochenta, cuando se legalizó el aborto terapéutico en la mayoría de los países occidentales. A medida que las mujeres se incorporaban a la

masa laboral y desaparecía su dependencia del comercio sexual para sobrevivir, el sufrimiento disminuyó más todavía. El cambio en los hábitos sociales y la defensa por parte del movimiento feminista de la sexualidad de la mujer dieron origen a un nuevo concepto. Cabía imaginar que el placer que proporcionaba su sexualidad a la mujer superaría, por fin y para siempre, el dolor. Finalmente comenzaron a separarse las hebras de aquella madeja enmarañada de sexualidad y sufrimiento.

Frente a esta nueva y poco familiar desaparición del sufrimiento, el mito tuvo que colocar la belleza en su lugar. Hasta donde las mujeres podían recordar, algo había dolido siempre por el hecho de ser mujer. Hace una generación, esto comenzó a ser cada vez menos cierto. Sin embargo, ni las mujeres ni el orden social masculino podían adaptarse tan bruscamente a un presente en el que el carácter de mujer no se caracterizase y definiese como dolor. Hoy, lo que duele es la belleza.

Muchas mujeres aceptaron estoicamente esta nueva versión del dolor exigida por la belleza, porque su liberación del dolor relacionado con la sexualidad creaba un vacío en su identidad. Se pretendía que se adaptase a la libertad sin esfuerzo, con una fortaleza sobrehumana. No es fácil aprender a ser libre de la noche a la mañana. No basta una sola generación para olvidar cinco mil años de aprendizaje en el dolor. Si el sentido de sí misma frente a la sexualidad tuvo como centro el dolor hasta donde lo registran los anales, ¿quién era ella sin él? Si sufrir es belleza y belleza es amor, la mujer no puede estar segura de ser amada a menos que sufra. El estadista griego Solón decretó que una mujer soltera sorprendida en un acto sexual podría ser vendida como esclava. El emperador Constantino estableció que una virgen que hubiese accedido a fornicar debía arder en la hoguera (la pena era menor si la habían violado). La muerte era el precio que pagaba una mujer libre por tener relaciones sexuales con un esclavo. Las leyes de Rómulo daban a un marido el derecho de matar a su mujer adúltera. En la Arabia Saudita de hoy es posible matar a pedradas a una adúltera. Los activistas contra el aborto suelen hacer excepciones en los casos de violación o incesto, lo cual sugiere que lo que la mujer debe pagar con dolor es su deseo sexual. La oposición a la píldora abortiva RU428 se deriva en parte del hecho de ser relativamente indolora y muchas mujeres, sobre la base de recuerdos que se extienden a través de una cadena interminable de madres, tienden a mostrarse de acuerdo consciente o inconscientemente.

La cirugía plástica procesa el cuerpo de mujeres hechas por mujeres, la vasta mayoría de su sumisa clientela, convirtiéndolas en mujeres hechas por hombres. Ha logrado apoderarse de las regiones de la

mente femenina que dejaron de ser vigiladas cuando la sexualidad dejó de doler, y ha explotado la disposición de las mujeres a aceptar una voz autoritaria que anuncia, mientras ellas prueban con gran cautela su condición poco familiar de mujeres libres de dolor: «No tan rápidamente».

Heridas ambulantes

La industria de la cirugía plástica se extiende mediante la manipulación de las ideas sobre la salud y la enfermedad. Existe un claro precedente histórico para esta acción de los cirujanos. «Sano» y «enfermo», como señala Susan Sontag en *La enfermedad como metáfora*, suelen ser juicios subjetivos creados por la sociedad para sus propios fines. Desde hace largo tiempo se califica a las mujeres de enfermas como medio de someterlas al control social. La acción de la moderna Era Quirúrgica frente a las mujeres en una evidente versión renovada de lo que hacía la medicina del siglo XIX para convertir en enfermas a las mujeres sanas y en pasivas a las activas. La industria quirúrgica ha recogido, para sus propios fines de lucro, la antigua actitud médica que se remonta a la Grecia clásica y que culminó en el culto victoriano a la invalidez femenina, que define la fisiología femenina normal y sana, sus impulsos y deseos, como patológicos. «En las tradiciones del pensamiento occidental», dicen Derdre English y Bárbara Ehrenreich en su obra *Complaints and Disorders: The Sexual Politics of Sickness*, «el hombre representa la plenitud, la fuerza y la salud. La mujer es "un hombre mal engendrado", débil e incompleto». El historiador Jules Michelet se refiere a las mujeres como «heridas ambulantes».

A través de gran parte de su historia, las relaciones entre el médico y la mujer han distado mucho de ser honestas. Curar y asistir a los enfermos fueron primordialmente tareas femeninas hasta el Siglo de las Luces. La capacidad médica de la mujer fue uno de los catalizadores para la quema de brujas que invadió toda Europa entre los siglos XIV y XVIII. Existe, no obstante, una conexión entre el progreso de la ciencia y la exclusión de las mujeres de la cama de la parturienta, y la proliferación de la medicina durante el siglo XIX apartó deliberadamente a las mujeres de su tradicional papel de curanderas.

La Era Quirúrgica pasó a reemplazar la institucionalización de la «enfermedad mental» de la mujer, que, a su vez, había reemplazado la institucionalización de la historia del siglo XIX. Cada fase de la coacción médica halló constantemente nuevos modos de determinar que ser mujer es ser una enferma. Como lo expresan English y Ehrenreich, «las principales contribuciones de la medicina a la ideología sexista han consistido en describir a las mujeres como enfermas y como potencialmente causante de enfermedad en los hombres». La Mentira Vital que equipara la condición de mujer con la enfermedad ha sido beneficiosa para los médicos en cada una de estas tres fases de la historia médica, garantizándoles pacientes «enfermos»

y lucrativos dondequiera que existan mujeres de clase media. La vieja estructura de coacción transitoriamente debilitada cuando las mujeres ingresaron en números significativos en las escuelas de medicina, ha sido reforzada por los médicos especialistas en belleza de la Era Quirúrgica.

El paralelo entre los dos sistemas es notable. Ambos surgieron de la necesidad de hallar una ideología capaz de debilitar y desacreditar a las mujeres de clase media cuya educación y tiempo libre, más la desaparición de las restricciones materiales, podrían llevarlas demasiado lejos hacia una peligrosa emancipación y participación en la vida pública. Desde 1848 hasta la obtención del voto femenino en las primeras décadas del siglo actual, hubo una época de agitación femenina de una intensidad sin precedentes, y la «Cuestión Femenina» creó una crisis social ininterrumpida. Como reacción apareció el nuevo ideal de la «esfera separada» de la domesticidad total. Este ideal apareció, al igual que el mito de la belleza, como una reacción paralela contra el progreso de las mujeres, con su precio socialmente útil, el culto de la invalidez femenina, iniciado por «una limitación en el campo de la visión que llevó a los médicos a concentrarse con un interés obsesivo en las mujeres como órganos de reproducción… una deformación de la percepción que al conferir un énfasis primordial a los órganos sexuales, permitía al hombre ver a la mujer como un ser aparte». Showalter señala asimismo que

> durante el periodo 1870-1910 las mujeres de clase media comenzaron a organizarse en favor de la educación superior, el acceso a las profesiones y los derechos políticos. Al mismo tiempo, los trastornos nerviosos femeninos de anorexia nerviosa, histeria y neurastenia adquirieron proporciones epidémicas y surgió el «especialista nervioso» darwiniano para dictaminar cuál debía ser la conducta adecuada fuera del asilo y también dentro de él… y a oponerse a los esfuerzos de las mujeres por cambiar sus condiciones de vida.

La mujer victoriana se convirtió en sus ovarios, así como hoy la mujer se ha convertido en su «belleza». Su valor reproductivo, como el «valor estético» de su cara y su cuerpo actualmente, pasaron a ser vistos como una herencia sagrada, una herencia que debía guardar constantemente por el bien de su raza.

Mientras los médicos victorianos contribuían a sostener una cultura que necesitaba considerar a la mujer a través de un determinismo ovárico, los cirujanos plásticos de hoy cumplen el mismo papel en la sociedad al crear un sistema de determinismo para la belleza. Durante

el siglo pasado, observa Elaine Showalter, «las mujeres eran las principales pacientes de las clínicas quirúrgicas, establecimientos para curas de aguas y residencias para curas de reposo. Acudían en masa a los nuevos especialistas en enfermedades de la mujer, como histeria y neurastenia, así como a otras terapias marginales, tales como el hipnotismo». Del mismo modo, las mujeres son las principales pacientes para la «terapia de la belleza» dentro del movimiento de reacción actual. Estas actitudes, en ambas ideologías, permiten a los médicos actuar como una vanguardia en la tarea de imponer a las mujeres lo que la sociedad necesita de ellas.

Salud

Los dos sistemas hacen una nueva clasificación de la feminidad sana como una grotesca anormalidad. La medicina victoriana trataba el embarazo y la menopausia como enfermedades, la menstruación como un trastorno crónico, la maternidad como un hecho quirúrgico. Se trataba a las mujeres que menstruaban con purgantes, medicinas administradas por la fuerza, baños de asiento y sanguijuelas. La regulación de la menstruación era objeto de un tratamiento obsesivo como lo es hoy el de la gordura de las mujeres. «Se consideraba que la regulación adecuada de la función menstrual era algo esencial para la salud mental femenina, no sólo durante los años de la adolescencia, sino también durante toda la vida de la mujer. La menstruación [como el aumento de peso durante la pubertad hoy] era la primera etapa de un peligro mortal.» El mantenimiento de la reproducción, como el mantenimiento de la belleza, era considerado como la función femenina de mayor importancia amenazada por la laxitud moral y el caos mental. Los médicos contribuían a mantener su estabilidad en presencia de los factores adversos más abrumadores en el orden físico, y la presionaban a adquirir «todas las cualidades de autocontrol y de industriosidad que pueden ayudar a una mujer a resistir las tensiones de su cuerpo y la debilidad de su naturaleza de mujer». Con la aparición del médico de señoras victoriano, el razonamiento religiosos por el que se calificaba a las mujeres como *moralmente* enfermas fue reemplazado por otro, esta vez biomédico. A su vez éste se convirtió en uno «estético», con lo cual se cierra el círculo. Los conceptos actuales son más subjetivos aún que la Mentira Vital de los victorianos. Mientras que su terminología intentaba por lo menos buscar la «objetividad», los juicios estéticos actuales sobre quién está enfermo y quién está sano son tan imposibles de probar, tan fáciles de manipular, como creer en la mancha en el alma de una mujer. Por otra parte, la reclasificación actual es más lucrativa. La mujer que creía estar enferma de su condición de tal no podía adquirir la cura definitiva para su sexo, pero la que cree estar enferma de fealdad femenina ahora está convencida de que puede comprar la belleza.

La coacción médica del siglo XIX nos resulta pintoresca hoy en día: ¿Cómo fue posible convencer a las mujeres de que la menstruación, la masturbación, el embarazo y la menopausia eran enfermedades? Como mujeres modernas, no obstante, se pretende que creamos tener enfermas partes de nuestros cuerpos normales y sanos, con lo cual estaremos en una nueva fase de imposición médica tan horripilante que nadie se atreve a contemplarla de frente.

La reclasificación de mujeres sanas y hermosas en enfermas y feas se produce sin encontrar obstáculos. Desde el siglo pasado, la sociedad ha apoyado tácitamente los esfuerzos de la profesión médica por delimitar la vida de las mujeres mediante versiones de la nueva reclasificación. Como se trata de una obra socialmente necesaria, hoy como en el siglo pasado, se le aplica un menor número de controles basados en la realidad que los que se aplican a la práctica médica general. Los medios de comunicación son tolerantes, cuando no prestan su apoyo, y los principales funcionarios, cuyo trabajo beneficia el orden social, reciben, en general, elevadas compensaciones. La función del individualismo victoriano era mantener un control social. Era además un doble símbolo, como la «belleza». Subjetivamente, las mujeres inválidas ejercían por medio del poder que podían tener a su alcance, escapando a pesadas exigencias sexuales y a los peligros de la maternidad y recibiendo la atención de médicos comprensivos. Para los poderes establecidos, en cambio, era una solución política tan útil como la Doncella de Hierro. Como dice la escritora francesa Catherine Clément, «se toleraba la histeria porque en realidad carece de poder para efectuar cambios culturales. Es mucho más inofensivo para el orden patriarcal estimular a las mujeres insatisfechas y permitirles que expresen sus motivos de resentimiento por medio de trastornos psicosomáticos que dejarlas agitarse en una lucha por poderes económicos y legales». La presión social exigía que las mujeres ociosas y educadas de la clase media se anticipasen a toda rebeldía poniéndose enfermas y aquella hipocondría forzada era para quien la sufría una verdadera enfermedad. Por las mismas razones, hoy la presión social exige que las mujeres se alejen de las consecuencias de su reciente lucha por ser dueñas de su cuerpo sintiéndose feas.

Los cirujanos toman hoy la redefinición feminista de salud como belleza y la pervierten hasta transformarla en el concepto de «belleza» como salud, y hacen lo mismo con todo lo que venden como si fuese salud. El hambre es salud, el dolor y el derramamiento de sangre son salud. La angustia y la enfermedad fueron ya «belleza» antes. En el siglo XIX la mujer tuberculosa, con sus ojos relucientes, su piel de nácar y sus labio febriles era el ideal. Barnett, Biener y Baruch, en su obra *Gender and Stress*, describen la idealización que los medios de comunicación hacen de las anoréxicas. La iconografía victoriana idealizaba a las bellas histéricas que se desvanecían a los pies de sus médicos, los médicos de los asilos psiquiátricos se ocupan en términos lascivos de los cuerpos escuálidos de las anoréxicas bajo sus cuidados, y más tarde los textos de la especialidad indicaban a los médicos que admirasen «el rostro sereno y hermoso» de la mujer anestesiada, que

ha sido sometida a electroschock. Igual que la prensa femenina actual se centra en el ideal quirúrgico, el periodismo victoriano dirigido a las mujeres se explayaba en comentarios líricos sobre el atractivo sentimental de la debilidad femenina, de la invalidez y de la muerte. Hace un siglo, la actividad femenina normal, especialmente aquella que podría conducirla al poder, se calificaba como fea y enfermiza. Si una mujer leía demasiado, el útero podía «atrofiársele». Si seguía leyendo, su sistema reproductivo podía sufrir un colapso y «estaríamos en presencia de un híbrido repulsivo e inútil». Se pintaba la menopausia como el golpe final, «la muerte de la mujer en la mujer». El fin de la vida reproductiva era un trastorno mental tan devastador como su iniciación, que provocaba, como hoy la perdida de la belleza, «un daño irreparable en el cerebro». Entonces como ahora, aunque con una racionalización diferente, se representaba la menopausia como origen de la sensación de que «el mundo se ha vuelto del revés, que todo ha cambiado, o que ha ocurrido, o bien está por ocurrir alguna calamidad sin nombre, pero terrible».

Se consideraba que las ideas modernas, la educación y el trabajo enfermaban a las mujeres: las habitaciones caldeadas, la calefacción de carbón, la iluminación de gas, la comida suculenta, hacían de ellas unas inválidas, así como hoy, según la propaganda de cremas de belleza, las vuelven feas la calefacción central, el aire acondicionado, las luces fluorescentes, etc. Los victorianos protestaban con fervor contra la educación superior al imaginar los males que podría acarrear a sus órganos reproductivos. Friedrich Engels afirmaba que «el trabajo prolongado causa con frecuencia deformaciones de la pelvis», y era un hecho aceptado que «la educación podría esterilizar a la mujer» y volverla sexualmente poco atractiva. «Cuando una mujer evidencia intereses científicos, hay algo que no funciona en su sexualidad.» Imaginaban que liberarlas de su «esfera separada» dañaba la feminidad, tal como se exige hoy a las mujeres que crean que liberarse de su sujeción al mito de la belleza es perjudicial para su aspecto.

Las mentiras vitales son resistentes. El uso de anticonceptivos, por ejemplo, se define entre la profesión médica, según la situación social imperante, como perjudicial o como «hermoso». En la época victoriana los médicos hablaban de cualquier tipo de anticonceptivos como causa de «cáncer galopante, esterilidad y ninfomanía en las mujeres». Hasta la década de 1920 se consideraban «decididamente peligrosos para la salud», mencionándose entre sus supuestos efectos la esterilidad y la degeneración mental en los hijos futuros. En cambio, cuando la sociedad necesitó de mujeres sexualmente disponibles, «si bien la cuestión de la inocuidad y los efectos negativos se planteó casi en forma inmediata... las revistas femeninas elegantes publicaban

entusiastas artículos en los que se afirmaba a las mujeres que el uso de la píldora las mantendría jóvenes, o aumentaría su atractivo sexual».

Del mismo modo los cirujanos y las revistas femeninas que cuentan con su apoyo y con los ingresos provenientes de él califican toda liberación del mito de la belleza como una enfermedad. Los anuncios sobre pomadas mágicas iniciaron esta tendencia al imitar el uso de fotografías en las revistas médicas sobre «enfermedad» y «cura». Se capitalizaban los peores temores del momento, los cánceres posnucleares y el sida. Las «patas de gallo» parecen insignificantes comparadas con la sugerencia presentada por la publicidad sobre las enfermedades por radiación, las lesiones carcinógenas, el caos celular y la disminución en los sistemas inmunitarios. El de Elizabeth Arden es «el sistema de tratamiento más avanzado de este siglo», como si el envejecimiento hiciera necesaria la quimioterapia. El Night Repair, probado por la «ciencia» de Estée Lauder se aplica con una jeringa y una perilla de goma, como una transfusión de sangre o una droga líquida. Vichy permite a la piel «recuperarse». Clarins habla de «recaída», y Elancyl de la grasa como una «condición» que «desfigura». Los médicos dan recetas, al igual que Clarins con su «receta de belleza» y Clinique con sus «Recetas». Los especialistas en cáncer hablan de la «regresión» del mal. Clinique, también. «Mantenga su tratamiento. La regresión cesará.» Última II ofrece una «Megadosis».

En 1985 Eugenia Chandris, en *The Venus Syndrome*, consideraba las caderas y muslos grandes como «un problema médico». Al estudiar las figuras de fertilidad paleolíticas cometió el solecismo de afirmar que «desde entonces el problema ha preocupado a las mujeres». El problema, desde luego, les preocupa desde que fue calificado como tal, es decir, desde que tenemos memoria. Se caracteriza la grasa de las mujeres no sólo como si fuese materia muerta, sino además carcinógena, como «proliferación celular» que produce más muerte aún. Para los victorianos toda actividad reproductiva implicaba enfermedad. Los cirujanos definen como enfermedad toda evidencia de actividad reproductiva en el cuerpo humano: las marcas dejadas en el vientre por la maternidad, las mamas caídas, esas mamas que han amamantado, y el aumento de peso posterior al parto que, en todas las culturas, suele ser de unos cinco kilos por embarazo. La educación, claro está, nunca afectó a los ovarios, así como las mamas flácidas no han perdido su sensibilidad. Amamantar es erótico. Tampoco son disfuncionales, puesto que han cumplido una función primaria del pecho, la lactancia. Sin embargo, los cirujanos plásticos hablan de mamas de postparto, como los victorianos aludían a los ovarios educados como elementos «atrofiados», término usado en sentido médico para describir los músculos enflaquecidos y sin función de la

parálisis. Se reclasifica la carne normal de una mujer adulta como «celulitis», término inventado como una «condición», importado a los Estados Unidos por la revista *Vogue* sólo en 1973. Se alude a ella como «desfigurante». Antes de 1973, era sólo carne de mujer.

La salud es un eficaz instrumento de propaganda. «La "prueba" de que las actividades de la mujer fuera del hogar son nocivas para la salud y el propio bienestar, sus familiares y el país entero», sostiene Ann Oakley, dio impulso al culto de la domesticidad del siglo pasado. Se consideraban los ovarios como propiedad colectiva más que como un asunto privado de cada mujer, tal como se contempla hoy la cara y el cuerpo. ¿Quién va a discutir un tema de salud?

Reclasificación institucionalizada

Muchas instituciones respetadas participan hoy, como lo hicieron en el siglo pasado, en esta acción de vigilancia cultural de las mujeres mediante reclasificación. En 1978, la Asociación Médica de los Estados Unidos hizo una afirmación cuyo impacto habría de afectar obviamente más a las mujeres que a los hombres. La preocupación por la belleza era equivalente a la preocupación por la salud. En las publicaciones profesionales de cirugía plástica resulta imposible determinar dónde establecen los cirujanos la diferencia entre cortar una mama cancerosa cortar una mama sana. El doctor Arthur K. Balin, presidente de la Asociación Norteamericana Contra el Envejecimiento, declaró al *New York Times* que «sería beneficioso para los médicos ver la fealdad no como una cuestión estética sino como una enfermedad». El doctor Tostesen, de la Escuela de Medicina de Harvard, que ha recibido 85 millones de dólares de la empresa Shiseido para investigación, se gana realmente sus honorarios. Existe, según afirma, «una gradación sutil e incesante» entre la salud y los intereses médicos por una parte, y la «belleza y el bienestar» por otra. Este dictamen afecta más a las mujeres que a los hombres, tal como se pretendía. Son las mujeres las que integran la principal fuente de pacientes y las que compran los productos Shiseido (no se menciona el atractivo físico, o la falta de él, de los doctores Balin y Tostesen). Cuando los cirujanos convocan congresos para discutir «las deformidades de la cara que envejece», el perfil que aparece en el anuncio es invariablemente femenino.

Un hombre es «deforme» si le falta un miembro o rasgo, o si se aparta seriamente del fenotipo humano. Cuando las mujeres no se ajustan a la Doncella de Hierro, hoy se las llama monstruos, y la Doncella de Hierro es exactamente lo que ninguna mujer puede ser, o por lo menos no para siempre. Se pretende que la mujer se sienta como un monstruo a pesar de estar entera y funcionar plenamente en el aspecto físico. Aquí los cirujanos utilizan el doble criterio en cuanto a la función del cuerpo. En un hombre, un muslo sirve para caminar, pero en una mujer además de servirle para caminar debe ser «bello». Cuando una mujer puede caminar pero cree que sus miembros no tienen buen aspecto, considera que su cuerpo es incapaz de hacer lo que debe. Se siente entonces tan deforme y discapacitada como enfermas se sentían las hipocondríacas de la era victoriana.

La tragedia de esta reclasificación es que durante la mayor parte de su historia las mujeres sí han sufrido enfermedades reales: prolapso de útero, muerte precoz por quistes ováricos, enfermedades venéreas no

tratables, infecciones vaginales, higiene deficiente, ignorancia, vergüenza y embarazos anuales no deseados. Todo ello cobró su precio. En comparación, hoy están milagrosamente sanas, con una salud sin precedentes. Sin embargo, el mito les niega la experiencia de disfrutar de su estado de salud. Sólo una generación después del fin del malestar femenino físico, las nuevas perspectivas de vivir cómodas dentro de su cuerpo se han visto malogradas por el mito de la belleza.

Esta retórica reciclada de las enfermedades femeninas es una afrenta para el cuerpo de la mujer sana. Cuando hoy tiene la bendición de un cuerpo capaz de moverse, correr, bailar, jugar y llegar al orgasmo, con mamas libres de cáncer y un útero sano, dobles expectativas de vida en comparación con la mujer victoriana, una vida lo bastante larga como para permitirle expresar su carácter en sus rasgos, con comida suficiente y un metabolismo que la protege cubriéndole de carne las partes donde más lo necesita, ahora, cuando es dueña del don de la salud y el bienestar que superan todo lo que podrían haber esperado las mujeres de otras generaciones, la Era Quirúrgica destruye esta inmensa felicidad. En efecto, descompone en componentes defectuosos esos dones que son su cuerpo sensible y vital y la individualidad de su cara, enseñándole a vivir sus cualidades permanentes como una maldición para toda la vida.

Como resultado, las mujeres sanas están más insatisfechas con su cuerpo de lo que lo están los minusválidos. «Los disminuidos físicos», señala el *New York Times* en un estudio reciente, «expresan en general satisfacción con su cuerpo», lo cual no ocurre, como se ha visto, entre las mujeres con físico normal. Una mujer de cada cuatro en la zona de la bahía de San Francisco estaría dispuesta a someterse a cirugía plástica si tuviese la oportunidad. La palabra «deforme» ya no se usa en el discurso de la gente bien educada, salvo para describir cuerpo y caras de mujeres sanas y normales, a partir de las cuales el lenguaje de los cirujanos construye la nueva galería de los horrores.

¿Es saludable la salud?

¿Hasta qué punto es saludable la Era Quirúrgica? El hábito de fumar está disminuyendo en todos los grupos, salvo el de las mujeres jóvenes. El 39% de las mujeres afirma fumar para mantener su peso. El 25% de ellas morirá de cáncer de pulmón, pero, seamos justos, estas muertas pesarán unos dos kilos menos que las que no fuman y viven. La publicidad de los cigarrillos Capri los describe como «los más delgados entre los delgados». La difunta Rose Cipollone, cuyo marido llevó a juicio a las compañías tabacaleras a causa de su muerte por cáncer de pulmón, comenzó a fumar cuando era adolescente porque creía que así sería más atractiva y hermosa.

Las dietas líquidas han provocado por lo menos sesenta muertes, y sus efectos colaterales incluyen náuseas, caída del cabello, mareos y depresión. El ejercicio compulsivo es causa de la anemia deportiva y de crecimiento disminuido. Las implantaciones en las mamas dificultan la detección precoz de los tumores. Las mujeres suelen postergar sus mamografías por miedo a perder un pecho y con ello ser sólo «media mujer».

El mito hace que las mujeres no sólo se enfermen físicamente, sino que es además origen de enfermedades mentales. Un estudio reciente indica que las adolescentes sufren de ansiedades en una proporción mucho mayor que los varones, siendo la más importante, la causada por su aspecto. El número de mujeres que intentan suicidarse es el doble del número de varones. Los autores de *Gender and Stress* afirman que la dieta es causa crónica de estrés en las mujeres. El estrés es uno de los principales factores de riesgo en medicina, pues provoca bajas en el sistema de inmunidad y contribuye a la hipertensión arterial, a las enfermedades cardíacas y a tasas mayores de mortalidad por cáncer. Lo que es peor aún, la Era Quirúrgica con su mito de la belleza duplica dentro de la conciencia de las mujeres los síntomas clásicos de la enfermedad mental. La esquizofrenia se caracteriza por un sentido perturbado de los límites del cuerpo. La imagen neurótica del cuerpo es errática, extremadamente negativa o extremadamente positiva. Los narcisistas creen que lo que le sucede a su cuerpo no les sucede a ellos. Los psicópatas imaginan que les han sido extirpadas partes de su cuerpo, o que éste está desintegrándose. Se frotan de manera compulsiva, se mutilan y temen terminar en la nada al desintegrarse. Las expectativas asociadas con la cirugía y las fluctuaciones de peso debilitan mucho el sentido del propio cuerpo y sus límites. En énfasis sobre el aspecto les proporciona una visión de sí mismas errática, exageradamente negativa o exageradamente positiva. Un torrente de

imágenes muestra el rostro y el cuerpo dividido en trozos, la forma en que el mito exige a la mujer que piense en sus propias partes. Una serie de prácticas de belleza le exigen un frotado repetitivo o bien una automutilación. Cuando envejece, se pretende convencerla de que sin «belleza» caerá en la nada en la desintegración. ¿Es posible que mediante el sometimiento de las mujeres a experiencias sintomáticas de enfermedades mentales, tengan mayores probabilidades de enfermar realmente? Las mujeres superan, en clara mayoría, a los hombres por lo que a enfermedades mentales se refiere.

Pero estos hechos no son de gran utilidad para ellas, pues existe un doble criterio de «salud» para mujeres y hombres. Las mujeres no se equivocan cuando fuman para mantener su peso. Nuestra sociedad premia el aspecto exterior por encima de la salud interior. No cabe culparlas por escoger unas «dosis» de belleza de efecto inmediato, aunque dañinas para su salud a largo plazo, pues bajo el mito se invierten los términos de su ciclo de vida, y no tienen un mayor incentivo social ni económico para que vivan largo tiempo. Una mujer joven, delgada, con pulmones precancerosos, tiene mayores recompensas sociales que una anciana llena de salud. Si esta sociedad tuviese verdadero interés en la salud de las mujeres, quitaría énfasis al mito de la belleza.

La mejor época de la vida, las décadas entre los 40 y 60 años, cuando muchos hombres y ciertamente la mayoría de las mujeres están en el punto de su máxima capacidad, aparecen como la cima para los varones y como la decadencia para las mujeres, hecho especialmente irónico, ya que ellas están en el momento álgido de su capacidad sexual y los hombres inician su decadencia en ese aspecto. El doble criterio no se basa en diferencias de salud entre los hombres y las mujeres de edad madura, sino en la desigualdad artificial del mito de la belleza. La ironía del uso del término «salud» para dar mayor brillo a la Era Quirúrgica reside en que el verdadero mensaje del mito es que la mujer debe vivir hambrienta, morir joven y ser un cadáver precioso.

La definición de «salud» de la Era Quirúrgica no es sana. ¿Los aspectos señalados como «enfermos» están realmente enfermos? Podríamos ver los signos de envejecimiento en la mujer como signos de enfermedad, en particular si hay intereses creados en favor de que ella vea también las cosas de esta manera. O podríamos pensar, en cambio, que si una mujer tiene salud vive hasta su vejez; mientras se desarrolla, reacciona, habla y expresa emociones que se van reflejando en su cara. Las arrugas escriben su pensamiento y salen como radios de sus ojos tras décadas de risas, acercándose las unas a las otras como abanicos cuando sonríe. Podríamos considerar estas líneas como una

red de «lesiones serias», o por el contrario ver en ellas una precisa caligrafía, en la que el pensamiento ha grabado marcas de concentración entre sus cejas y dibujado a lo ancho de su frente surcos horizontales de sorpresa, deleite, compasión y charlas interesantes. Una vida entera de besar, hablar y llorar aparece alrededor de la boca trazando líneas que la asemejan a una hoja en movimiento. La piel se afloja en su cara y su garganta, dando a todo su rostro un marco de sensual dignidad. Sus rasgos se vuelven fuertes a la par que ella. Ha mirado a su alrededor durante su vida, y eso se nota. El gris y el blanco se reflejan en su pelo, un secreto vergonzoso o un cabello plateado. El cuerpo se llena dentro de sí mismo y asume la gravedad de un bañista que corta el agua con un pecho generoso como el resto de su cuerpo. Las sombras bajo los ojos, el peso de sus párpados, su red de diminutas arrugas revelan que todo aquello en que ha participado le ha dejado su complejidad y su riqueza. Es más sombría, más fuerte, más libre, más resistente, más sexy. La madurez de una mujer que ha seguido creciendo es un hermoso espectáculo. Por el contrario, si los ingresos por publicidad o los honorarios médicos de siete cifras o el prestigio sexual de una mujer dependen de su aspecto, se trata, más bien, de un caso operable.

Si se gana un millón de dólares al año, ingreso medio de los cirujanos plásticos en los Estados Unidos que hacen este trabajo, se puede conseguir que la grasa del cuerpo femenino parezca una enfermedad. O se puede ver como lo que es: algo normal, ya que hasta las mujeres más delgadas tienen más grasa que los hombres. Cuando vemos cómo las curvas femeninas se comban en las caderas y en los muslos, se podría afirmar que se trata de una deformidad anormal. También podría decirse la verdad: el 75% de las mujeres tiene esas formas, y las caderas, los muslos y el abdomen suavemente redondeados fueron contemplados como deseables y sensuales sin ningún cuestionamiento hasta que las mujeres adquirieron el voto. Podría admitirse que la carne femenina es ondulada, densa y complicada, y que la forma en que se deposita la grasa sobre la musculatura femenina, sobre las caderas y los muslos que acunan y alumbran y se abren a la sexualidad es una de las cualidades más provocativas del cuerpo femenino. Sería posible, en fin, transformar todo esto en material quirúrgico.

Todo lo que es profunda y esencialmente femenino, como la vida reflejada en su rostro, la impresión táctil de su carne, la forma de sus pechos, las transformaciones de su piel después de la maternidad, está siendo reclasificado como feo, y la fealdad como una enfermedad. Todas estas cualidades descritas expresan una intensificación del poder femenino, lo cual explica por qué están siendo reclasificadas

como una disminución de poder. Por lo menos la tercera parte de la vida de una mujer está marcada por el envejecimiento, y aproximadamente la tercera parte de su cuerpo está compuesta por grasa. Hoy se transforman ambos símbolos en defectos operables, para que se sientan sanas sólo si son dos tercios de las mujeres que podrían ser. ¿Cómo puede un «ideal» referirse a las mujeres si lo que está definiendo es hasta qué punto una característica sexual femenina no existe en el cuerpo de la mujer, y hasta qué punto su vida como mujer no aparece reflejada en su cara?

Lucro

No puede referirse a las mujeres, porque este «ideal» no tiene que ver con ellas, sino con el dinero. La Era Quirúrgica actual, como el sistema médico victoriano, está impulsada por la ganancia fácil. En los Estados Unidos, la industria de la cirugía plástica gana 300 millones de dólares al año y acusa un aumento del 10% anual. Sin embargo, a medida que las mujeres vayan habituándose a la comodidad y a la libertad, no podrá seguir contando con esa ganancia derivada de su disposición a sufrir por su sexo. La industria necesita, por tanto, establecer un mecanismo de intimidación destinado a mantener ese ritmo de crecimiento, muy superior al de cualquier otra «especialidad médica». Necesita elevar el listón del sufrimiento femenino e imbuirlas de un nuevo sentido de vulnerabilidad si es que aspira a cosechar todo el provecho de su nueva tecnología, apoyada en arcaicos sentimientos de culpa. El mercado de los cirujanos es algo imaginario, pues no hay nada en la cara o en el cuerpo de las mujeres que un cambio social no pueda curar. Por esta razón los ingresos de los cirujanos dependen de una campaña que deforma el sentido de la propia identidad y multiplica los sentimientos de odio de las mujeres hacia sí mismas.

El mito de la fragilidad femenina y el culto harto real de la hipocondría, que al parecer era la base del mito, sirvieron directamente los intereses económicos de la profesión médica, según Ehrenreich y English. En el siglo XIX aumentó la competencia entre la profesión médica. Había un deseo frenético de asegurarse una fuente fiable de pacientes ricas, una «casta de clientas» a la que fue posible persuadir de la necesidad de visitas domiciliarias regulares y prolongadas convalecencias. Las mujeres que luchaban por el sufragio no tardaron en advertir la situación real que se ocultaba bajo esa invalidez femenina, los intereses médicos y las condiciones antinaturales que cercaban su vida. Mary Livermore, líder de la lucha por el voto femenino, protestó contra la «monstruosa suposición de que la mujer es una inválida natural» y denunció al «sucio ejército de los ginecólogos» que «parecían empeñados en convencernos de que no tenemos más que una clase de órganos y que éstos están siempre enfermos». La doctora Mary Putnam Jacobi atribuyó directamente la mala salud de las mujeres a «su nuevo oficio de pacientes lucrativos». Como lo expresan Ehrenreich y English, «como hombre de negocios, el médico tenía un interés directo en un papel social que exigiese a las mujeres estar enfermas».

Los modernos cirujanos plásticos tienen un interés económico directo en un papel social para las mujeres que les exija sentirse feas. Su

publicidad no se limita a dirigirse a un sector del mercado ya existente. Sus anuncios crean nuevos mercados. Su gran impulso como industria surge de su posición de influencia para la creación de una demanda propia por medio de una confusión de ideas y lenguaje publicitario.

La industria compra publicidad y obtiene espacio. Y a las mujeres, las corta. Ellas pagan con su dinero y aceptan los riesgos. A medida que los cirujanos se enriquecen logran asegurarse una publicidad cada vez más amplia. El número de octubre de 1988 de la revista *Harper's and Queen* es un ejemplo típico de ello, al colocar, en las mismas páginas y con el mismo espacio, un artículo en favor de la cirugía y un anuncio sobre cirugía. En el Suplemento de Salud del *New York Times* del 16 de abril de 1989, la publicidad sobre dietas supervisadas, granjas para obesos e institutos para la pérdida de peso, los cirujanos ocupan más de la mitad del espacio comercial. En septiembre de 1990, la reciprocidad ya estaba bien establecida. La revista *Cosmopolitan* presentó un artículo, con una abyecta falta de objetividad, en una página entera a todo color y con publicidad en favor de la cirugía. Ha llegado el momento en que la relación entre la cirugía plástica, los ingresos por publicidad y los riesgos y advertencias está recreando la situación en que los ingresos por publicidad de tabaco hacían que el periodismo antitabaquista se inhibiese, antes de que los ministerios de Salud Pública tomasen cartas en el asunto. Con tan pocos incentivos entre los periodistas para desafiar y cuestionar, la situación de creciente prestigio de los cirujanos continuará aumentando. En realidad se los presiona en sentido opuesto. La principal organización de cirujanos plásticos ofrece un premio periodístico de 500 dólares y dos pasajes de avión por artículos favorables. Como estos profesionales médicos responden a necesidades culturales, no biológicas, es muy posible que aumente su poder sobre la vida social y económica de las mujeres, o acaso sobre su vida o muerte. En tal caso no tardaremos en verlos como lo que muchos de ellos aspiran a ser, semidioses a los que nadie osará desafiar.

Si las mujeres dejasen de sentirse feas, la rama médica de mayor crecimiento sería también la más rápida en desaparecer. En el Reino Unido y en muchos Estados de la Unión, donde los cirujanos llamados estéticos (en contraste con los plásticos, que tratan quemaduras, traumatismos y defectos de nacimiento) pueden ser médicos no especialistas de cualquier clase, siempre que estén registrados (y adoptar el título de cirujanos estéticos cualquiera que sea su formación quirúrgica), significaría volver a las paperas y las hemorroides, casos que la publicidad no puede embellecer. Los considerables ingresos de estos profesionales se basan en lograr

despertar en las mujeres un sentido de fealdad terminal. Si decimos a alguien que tiene cáncer, no estamos creando en esta persona la enfermedad y el sufrimiento. Digamos, en cambio, en términos persuasivos a una mujer que es fea, y crearemos una «enfermedad» cuyo sufrimiento es real. Si colocamos nuestra publicidad al lado de un artículo que promociona la cirugía, en un contexto que haga sentirse feas a las mujeres, se habrá conseguido promocionar mediante el pago una enfermedad que sólo uno mismo puede curar.

Esta creación de un mercado no parece estar sujeta a la ética de la verdadera profesión médica. Los médicos que se dedican a curar se desacreditarían si apoyasen una conducta perjudicial para la salud con el objeto de aprovecharse del daño causado: los hospitales retiran hoy sus inversiones en compañías de tabaco y de alcohol. El término con que se denomina esta postura, inversión ética, reconoce que las relaciones de la profesión médica con ciertas ganancias no son éticas. Los hospitales pueden permitirse tal virtud puesto que su población de pacientes entre enfermos y moribundos siempre se repone en forma natural. En cambio, los cirujanos estéticos deben crear una población de pacientes de algo que no tiene existencia biológica. Publican, con este fin, anuncios de página entera en los suplementos dominicales de los periódicos, o en el *New York Times* -una imagen de cuerpo entero de una famosa modelo vestida en traje de baño, acompañada por una oferta de crédito fácil y pagos mensuales moderados, como si los pechos de una mujer fuesen un par de productos de consumo-, para hacer realidad sus sueños de provocar una enfermedad colectiva.

Ética

A pesar de haber comenzado ya la Era Quirúrgica, desde el punto de vista social ético y político aún no ha sido objeto de análisis serios. Si bien lo último que necesitan las mujeres es otra ley para decidir qué pueden hacer o no con su cuerpo, es revelador que el debate ético no ha llegado al aspecto comercial de esta era. Tal actitud de *laissez-faire* es poco coherente por muchas razones. Hay un gran volumen de legislación que restringe la compra de partes del cuerpo y lo protege de los riesgos a que lo expone el mercado libre. La ley reconoce que el cuerpo humano es fundamentalmente diferente de un objeto cuando se trata de su compra o venta. La ley en los Estados Unidos prohíbe comercializar con la vagina, la boca o el ano en la mayoría de los estados. Considera un crimen la automutilación y el suicidio y rechaza los contratos basados en que alguien asuma riesgos personales irrazonables (en este caso, riesgo de muerte). El filósofo Immanuel Kant declaró que la venta de partes del cuerpo viola lo que es permitido vender en el mercado. La Organización Mundial de la Salud condena la venta de órganos. Tanto la legislación británica como la estadounidense la han prohibido, como lo han hecho por lo menos veinte países más. En los Estados Unidos está prohibida la investigación sobre el feto, y la cuestión se ha debatido furiosamente en el Parlamento británico. El caso Baby M. en los Estados Unidos estableció que es ilegal comprar o alquilar el útero. También es ilegal en los dos países comprar bebés. La discusión ética surge al plantearse la presión económica para que una mujer venda su útero o un hombre venda un riñón. Los penosos debates de alcance nacional se centran en la vida y la muerte del feto. Nuestra disposición a encarar tales problemas se considera característica de la salud moral de la sociedad.

La cirugía estética trafica con partes del cuerpo, y los métodos utilizados para la venta parecen propagarse. El tejido fetal experimental es tejido muerto, pero sigue planteando cuestiones complejas. Las mujeres sometidas a experimentos quirúrgicos están aún con vida. Los cirujanos califican como muertos los tejidos de una mujer para poder matarlos y ganar con ello. ¿Está una mujer enteramente viva, o bien lo están sólo sus partes «jóvenes» y «bellas»? La presión social relacionada con el derecho a morir de los ancianos ha planteado cuestiones sobre la eutanasia. ¿Qué decir de la presión social que induce a una mujer a destruir la «deformidad» de su cuerpo lleno de salud o a destruir lo que hay de viejo en ella extirpándolo? ¿No dice esto nada acerca de la salud moral de una sociedad? ¿Cómo puede ser que lo que es malo para el cuerpo político sea no sólo beneficioso sino además necesario en el cuerpo femenino? ¿No habrá

aquí algún factor político?

Cuando se trata de las mujeres y del vacío ético creado por la Era Quirúrgica, no hay ninguna línea de conducta aplicable ni se inicia debate alguno. Los individuos más violentos se imponen límites para señalar que no han perdido la humanidad. El soldado se resiste a matar a un bebé, el Departamento de Defensa de los Estados Unidos se niega a utilizar gases tóxicos, la Convención de Ginebra y la Convención de los Derechos Humanos se muestran de acuerdo en que en la guerra hay cosas que van demasiado lejos y en que los hombres civilizados son capaces de reconocer la tortura y de condenarla. En este aspecto, el mito parece existir al margen de la civilización. Por el momento no existe nada que quepa calificar como límite.

El mito se basa en la falacia de considerar la belleza como darwinismo, una lucha natural por los recursos escasos, la naturaleza viva con todos sus clientes y garras. Pero aunque fuese posible aceptar el falso concepto que justifica el sufrimiento de la mujer para lograr la belleza, igual que los generales justifican la guerra, como parte de un inevitable conflicto evolutivo, en ningún momento los hombres civilizados se han pronunciado como ante los excesos militares, diciendo: «Basta, no somos animales».

Los actos de los cirujanos plásticos están en oposición directa con la ética médica. El juramento hipocrático comienza así: «Primero, no dañar». Una víctima de experimentos médicos mencionada en la obra de Robert Jay Lifton *The Nazi Doctors* preguntó a los médicos por qué querían operarlo, si él estaba sano. Los médicos siguen un código estricto, adoptado tras los juicios de Nuremberg, para proteger a los pacientes de la experimentación irresponsable. El código gira en torno a la idea de la libertad de elección y de un consentimiento basado en la información.

Las técnicas quirúrgicas plásticas parecen haberse desarrollado en experimentos irresponsables, tomando a mujeres desesperadas como animales de laboratorio. En los primeros ensayos de liposucción, procedimiento en el que se aspira el tejido graso, realizados en Francia, unas mangueras arrancaban de las mujeres, junto con glóbulos duros de tejido vivo, redes nerviosas enteras, dendritas y ganglios. Sin desanimarse, los experimentadores siguieron trabajando. Nueve mujeres murieron en Francia después de someterse a la técnica mejorada, que se calificó como un éxito y se introdujo en los Estados Unidos. Los médicos comenzaron sus tratamientos sin contar con ninguna experiencia directa durante su preparación. «Mi cirujano nunca ha aplicado la técnica antes... de modo que me utilizará como

experimento», declara una aficionada a la cirugía. Con el tratamiento consistente en extirpar el tejido flojo del abdomen «los cirujanos continúan experimentando con el fin de descubrir técnicas mejores».

Para proteger a los pacientes de la experimentación médica, el código de Nuremberg insiste en que para que el consentimiento sea válido el paciente debe conocer todos los riesgos. Es sumamente difícil obtener información segura u objetiva en cuanto a la cirugía estética. La mayor parte del material publicado reitera la responsabilidad de las mujeres en la tarea de investigación de las técnicas. Mediante la lectura exclusiva de revistas femeninas es posible que una mujer se entere de las posibles complicaciones, pero no de su frecuencia. Aunque dedique todo su tiempo a investigarlo, seguirá sin enterarse de la mortalidad. Una portavoz de la American Society of Plastic and Recostructive Surgeons dice: «Nadie lleva la cuenta de las cifras que permitan establece una tasa de mortalidad. Tampoco hay un registro de la mortalidad total». La British Association of Aesthtic Plastic Surgeons afirma asimismo no disponer de estadísticas. Una fuente de información sobre cirugía plástica admite una muerte por cada 30.000 pacientes, lo cual tiene que significar por lo menos 67 mujeres estadounidenses muertas hasta ahora, a pesar de que estas muertes nunca se mencionan en los artículos de la prensa popular. La mayoría de las fuentes se abstiene de mencionar los niveles de riesgo y todas guardan silencia acerca de los niveles de dolor, como lo demuestra un estudio somero de varias obras de divulgación sobre el tema. En *About Face*, los autores describen cinco procedimientos entre lo que se incluye la liposucción, la descamación química, la dermoabrasión, pero no mencionan riesgos ni dolor. *The Beautiful Body Book* habla de cirugía mamaria, la dermoabrasión y la liposucción sin mencionar riesgos, dolor, endurecimiento de la mama, número de nuevas operaciones, ni dificultades en la detección de cáncer. La autora describe la cirugía para la reducción de la mama y la cirugía de «reacomodación», para los casos que, citando las palabras de la autora, «el pezón está mal colocado». Todo ello puede destruir para siempre la respuesta erótica del pezón, y ella menciona el efecto secundario sólo para restarle importancia con el sorprendente juicio de un médico que «me dijo que no era infrecuente que en las mujeres con senos demasiado grandes hubiese poca o ninguna sensibilidad en la zona del pezón». Afirma a continuación que la liposucción ha causado «sólo cuatro muertes», en contraste con las once mencionadas por el *New York Times* en 1987. Hasta ahora, «no se ha observado ningún efecto negativo prolongado». Es típico que el folleto de una clínica del oeste de Londres no mencione el dolor ni la pérdida de sensación en el pezón en ninguna de las cinco técnicas operatorias que

ofrecen, ni tampoco la posibilidad de muerte entre sus «riesgos». Otro folleto británico contiene una falsedad manifiesta: el tejido de cicatrización después de la cirugía mamaria «es raro», dice, pues aparece sólo en contados casos. La realidad es que los casos de cicatrización gruesa varían desde el 10% en todos los casos y el 90%. El enfoque de un cirujano al problema del consentimiento basado en la buena información es típico. Debe entregársele a la paciente una hoja con tanta información práctica como sea posible, sin dejar que se muera de miedo frente a la serie de complicaciones que, a pesar de ser tan poco frecuentes, como afirma, podrían ocurrir en su caso. Es además más difícil determinar qué fuentes son imparciales. El *Independent* , diario de gran prestigio, publicó un artículo en favor de la cirugía, cerrándolo con un anuncio de su «Guía Independiente», al precio de dos libras, que resta importancia al riesgo y ofrece una lista de todos los cirujanos plásticos de Gran Bretaña. Una mujer nunca puede saber qué probabilidades tiene de ser la protagonista de una historia de horror hasta que lo es. Su simple ignorancia coloca a los cirujanos en la situación de haber violado el espíritu y la letra de Nuremberg.

Los médicos dedicados a curar respetan el cuerpo sano e irrumpen en el enfermo como último recurso. Los cirujanos plásticos llaman enfermos a los cuerpos sanos a fin de invadirlos. Los primeros evitan operar a miembros de su familia, pero los segundos encabezan el grupo de aquellos a quienes la tecnología concedió la antigua fantasía de Pigmalión, el escultor que se enamoró de su propia creación. Hay por lo menos un cirujano que ha reconstruido totalmente a su propia mujer. Los médicos del primer grupo se resisten a dejarse manipular por las adictas a las operaciones, de las cuales existe ya una clase, según afirma *Newsweek*, «esclavas del bisturí» que «consumen cirugía plástica como algunos de nosotros tenemos el vicio de comer chocolate, compulsivamente. Ni el costo ni el dolor ni los espectaculares hematomas atenúan su deseo de someterse a un poco más de recorte». Un cirujano ofrece descuentos a una adicta por varias operaciones. Estas mujeres van de médico en médico en busca de múltiples operaciones... Su capacidad de autocrítica cae a un nivel microscópico. Empiezan a quejarse de tener bultos que nadie más alcanza a ver. Y los cirujanos operan. Uno en particular ha sometido al bisturí a una mujer por lo menos diez veces y espera «proseguir con su trabajo de remodelado». «Está bien», dice, «mientras el marido no tenga objeciones».

Protección

La imposición médica al servicio de la Mentira Vital está menos regulada que la medicina legítima. En el siglo XIX la cirugía sexual era arriesgada y poco científica, con pocos controles legales. Hasta el año 1912, había mayor probabilidad para los pacientes de perjudicarse con la intervención médica que de salir beneficiados. Poco se sabía, según las pautas actuales de la forma en que funciona el cuerpo humano, y eran comunes los experimentos extraños sobre los órganos sexuales femeninos. La Asociación Médica de los Estados Unidos no tenía control legal sobre nadie que pudiera titularse médico. Los doctores tenían un acceso virtualmente libre a la prescripción de productos insólitos, con contenido de sustancias opiáceas, y de curas milagrosas para males femeninos vagamente descritos.

Las nuevas atrocidades prosperan sin intervención de las instituciones que proclaman proteger el bienestar de los ciudadanos. En un doble criterio para determinar quién debe recibir protección como consumidor, podría afirmarse que, si lo que se les hace a las mujeres es en nombre de la belleza, la libertad es total. Es ilegal afirmar que un producto hace crecer el pelo, o crecer, o restablecer la virilidad cuando no es verdad. Es difícil imaginar que el remedio contra la calvicie llamado Minoxidil pudiese estar en el mercado si hubiese provocado la muerte de por lo menos nueve franceses y catorce norteamericanos. En contraste con ello, a pesar de no conocerse aún los efectos a largo plazo del Retinol-A y no haber sido aprobado por la Administración de Drogas y Alimentos, los dermatólogos lo prescriben a las mujeres, con una ganancia de más de 150 millones de dólares anuales. Las inyecciones de siliconas de los setenta, nunca probadas por la FDA, se han endurecido como «bolsas de piedras» en los pechos de las mujeres. Se desconoce el efecto carcinógeno a largo plazo de las siliconas, pero los cirujanos siguen inyectándolas en la cara de las mujeres. En los Estados Unidos han aparecido los «Salones de Peeling», en los que operadores sin título médico utilizan ácidos causantes de quemaduras de segundo grado en la cara, según se supone para lograr una piel lisa. Sólo en 1988 la FDA entabló una lucha contra los «remedios de curanderos» para la perdida de peso dirigidos a las mujeres, un negocio de 25.000 millones de dólares anuales. Durante los cuarenta años anteriores a esta campaña, muchos médicos poco escrupulosos recetaban, para perder peso «bajo prescripción médica», anfetaminas y otras drogas adictivas afines, altas dosis de digital, droga sumamente tóxica para el corazón, inyecciones de orina de mujeres embarazadas, ayuno prolongado, cirugía cerebral, fijación de las mandíbulas con bridas de alambre y

operaciones de *bypass* intestinal. Si bien estos métodos estaban siendo promocionados por los médicos, ninguno de ellos iba respaldado por extensos estudios realizados en animales ni por clínicas que estableciesen su seguridad o eficacia. Las dietas para el mercado masivo provocan un grado peligroso de estrés en el cuerpo cuando vuelve a comer normalmente. La PPA (fenilpropanolamina), presente en las píldoras dietéticas y en los remedios para adelgazar preparados con hierbas, es peligrosa para el corazón, pero esto no se menciona en la etiqueta. Con el mismo fin se prescriben drogas con sustancias derivadas de la cocaína y la anfetamina, ambas adictivas, pero no es un problema que preocupe a la comisión especial creada por el presidente para la lucha contra las drogas. En sí misma esta falta de reglamentación es un mensaje para las mujeres, un mensaje que las mujeres no entienden.

En Gran Bretaña han surgido organizaciones con una pretendida objetividad que se especializan en la cirugía estética. En sus publicaciones figura la cara alada y las serpientes de Escolapio, dios de la curación y de la profesión médica, con lo cual se da a las mujeres la impresión de estar recibiendo información imparcial, cuando lo que hacen estas organizaciones es hacer valer su influencia por teléfono a través de «consejeros médicos» sin formación para obtener más clientela. En los Estados Unidos, sólo en 1989, cuando ya la Era Quirúrgica tenía unos diez años de vida, el miembro del Congreso Rod Wyden convocó una sesión para investigar lo que un testigo llamó «el último refugio de los aventureros que cobran tanto como lo permite el mercado, con una publicidad a menudo falsa y confusa... sacando provecho de la inseguridad de la mujer estadounidense». El testimonio acusó a la Comisión Federal de Comercio de no haber regulado la «profesión» y la culpó de haber permitido su publicidad durante los años setenta sin asumir luego responsabilidad alguna frente a los efectos de tal propaganda. El cirujano plástico que es doctor en medicina cuenta con el certificado oficial de la Cámara de Cirugía Plástica de los Estados Unidos y tiene una buena preparación. Pero cuando se dice a una mujer que es su responsabilidad verificar que su cirujano tenga certificado de una cámara de la especialidad, ella ignora que existen más de 100 cámaras con títulos que suenan como oficiales que no están sujetas a ninguna reglamentación. El 90% de la cirugía estética en los Estados Unidos se realiza en consultorios privados sin ningún control. Finalmente, según aseveró el testimonio en el Congreso, «no existe un método uniforme para el control preoperatorio», de manera que cualquier mujer es operable. ¿Qué hizo el Congreso frente a esta situación cuando se le puso delante de las narices? Nada. La legislación propuesta después de

que el Congreso escuchara 1.750 páginas de testimonios escandalosos permanece, un año más tarde, «en estudio». ¿Por qué? Porque eso les pasa a las mujeres que quieren ser guapas, y eso no es serio.

Cirugía sexual

No se considera seria esta cirugía, sobre todo si es sexual. La industria se expandió durante la década de los ochenta como respuesta a la pornografía de la belleza. Cuando el sida puso un límite a la promiscuidad heterosexual, hombres y mujeres tuvieron muchas menos experiencias sexuales para convencerse de que una sexualidad gratificante puede tener muchas expresiones. Cuando la gente ya tenía un número menor de imágenes sexuales auténticas en la cabeza con las que contrarrestar la influencia de las páginas sexuales comerciales, el «*body building*» adquirió vida propia, aislando a cada sexo y hundiéndolo en un narcisismo complementario que no se dirigía ya siquiera a la seducción. Las mujeres levantaban pesas y «se endurecían». Pero son los hombres lo que «se endurecen», y las mujeres necesitan la belleza para hacerse perdonar su poder masculino. Una vez enteramente endurecidas, se dejaban hacer incisiones bajo el pliegue inferior de cada pecho para que les insertasen bolsas de gel incoloro. Los músculos eran el puño de hierro hipermasculino, los pechos artificiales el guante de terciopelo hiperfemenino. No eran ya «mujeres desnudas» esos seres tan vulnerables. Con sus pechos de sustancias químicas transparentes, habían logrado librarse, tanto como era posible, de los elementos «desnudo» y «mujer». Se calcula que entre 200.000 y un millón de mujeres podrían haberse sometido a que les cortaran el pecho para implantarles bolsas de gel químico. En *Self*, el periodista Jeremy Weir calcula el número en más de un millón, y las ganancias entre 168 y 374 millones. La operación cuesta entre 1.800 y 4.000 dólares. El pecho, dice, es la parte del cuerpo que los cirujanos operan con mayor frecuencia: 159.000 operaciones en un año, en comparación con los 67.000 *liftings* faciales. La cirugía produce el endurecimiento del tejido de cicatriz alrededor de los implantes en siete operaciones de cada diez. Los pechos se vuelven entonces duros como piedras y es necesario abrir nuevamente para retirar los implantes, o bien romper los bultos mediante la presión de las mismas manos del cirujano. Los implantes de solución salina se desinflan y es necesario extraerlos; los fabricantes facilitan a los cirujanos un seguro ordinario para cubrir las operaciones de reemplazo (los cirujanos compran las bolsas en paquetes de tres pares de distinto tamaño). Los implantes de siliconas filtran la sustancia en el cuerpo con consecuencias desconocidas, aunque las publicaciones médicas pronostican problemas en el sistema inmunológico y síndrome del *shock* tóxico. Los implantes hacen más difícil detectar el cáncer. En un estudio del Centro de Enfermedades de Mama en Van Nuys, California, en veinte pacientes con implantes ninguno de sus tumores había sido detectado precozmente, y cuando

la enfermedad fue descubierta, el cáncer se había propagado a los nódulos linfáticos en trece de las mujeres. La doctora Susan Chobanian, cirujana plástica de Beverly Hills, dice que «muy pocas mujeres se echan atrás después de conocer los riesgos».

Hay un riesgo que nunca se menciona en fuentes al alcance de la mayoría de las mujeres: la muerte del pezón. «Cualquier cirugía sobre el pecho puede afectar y probablemente afectará negativamente el estímulo sexual experimentado hasta entonces por la mujer, y el cirujano debe señalarlo en el caso que *sea muy importante para la paciente*» (la cursiva es mía). Al mutilar las sensaciones eróticas, la cirugía del pecho es una forma de mutilación genital.

Imaginemos lo siguiente: implante de pene, aumento del pene, cambio del prepucio, inyecciones de siliconas para corregir asimetrías, inyecciones salinas con una elección de tres tamaños, cirugía para corregir el ángulo de erección, levantamiento del escroto para darle más agilidad y, por último, fotografías del «antes» y el «después» del pene aumentado aparecidas en el *Esquire*. El riesgo es el adormecimiento total del glande, riesgo de perder sensación sexual, o bien obliteración permanente de dicha sensación. Rigidez del glande hasta adquirir la consistencia de plástico duro. Inflamación de los testículos con endurecimiento, posible necesidad de nuevas operaciones, incluida la formación de tejido de cicatrización que el cirujano deba romper mediante la presión manual. Colapso del implante. Filtraciones. Consecuencias a largo plazo desconocidas. Necesidad de semanas de recuperación durante las cuales no debe tocarse el pene. Las técnicas que acaban de ser descritas sirven para que los hombres resulten más *sexys* a los ojos de las mujeres, o eso es lo que se les dice.

Quienquiera que sea civilizado admitirá que se trata de mutilaciones tan horrorosas que una mujer no podría siquiera imaginarlas. Yo misma me estremecí al escribirlas. Vosotras, lectoras, probablemente os hayáis estremecido al leerlas. Si el lector es un hombre, el rechazo tiene que haber sido casi físico, sin duda.

A las mujeres se les enseña a identificarse con el cuerpo de un hombre o de un niño o de un feto, o un primate, o un bebé foca más estrechamente que con el suyo propio, por lo cual, cuando leen sobre ataques similares contra sus órganos sexuales, apenas reaccionan. Así como se da vuelta la sexualidad para que se identifiquen más con el goce del hombre que con el de ellas mismas, lo mismo es aplicable a su identificación con el dolor. Cabría objetar que pechos y pene no son términos paralelos, y ello es válido: la cirugía del pecho no es

exactamente una clitoidectomía. Es sólo media clitoidectomía.

También podría argumentarse que no es como la verdadera mutilación genital, porque son las mujeres quienes la eligen. En África Occidental, las mujeres que no han sufrido una circuncisión del clítoris no pueden casarse. Las mujeres de la tribu lo extirpan usando una botella rota sin esterilizar o un cuchillo oxidado, lo cual provoca a menudo hemorragias o infecciones y, a veces, la muerte. En estos casos, las mujeres actúan como agentes. Con el mismo criterio podríamos decir que esas mujeres «se lo hacen ellas mismas».

Unos 25.000 de mujeres en África son objeto de mutilaciones sexuales. La explicación aceptada es que aumenta su fertilidad, cuando la verdad es lo opuesto. Vendarse los pies en China tenía una interpretación sexual. «Se creía que vendar los pies alteraba la vagina, provocando una "exaltación sobrenatural" durante el acto sexual, de tal manera, como lo explicó un diplomático chino, que el sistema "no era en realidad operativo", a pesar de que a menudo "la carne se descomponía cuando se vendaban los pies y se cortaban porciones del talón", y que "a veces se caían uno o dos dedos". Era la esencia de lo deseable. Ninguna muchacha china podía "soportar el ridículo" de que la llamasen "demonio de pies grandes" ni la vergüenza de no poder casarse.» El argumento en favor de la cirugía de pecho es que aumenta la condición de ser sexualmente deseable.

Como la cirugía de pecho, la mutilación genital se banalizó: las atrocidades de que son víctimas las mujeres son «sexuales», no «políticas», en vista de lo cual el Departamento de Estado de los Estados Unidos, la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la UNICEF las denominaron «actitudes sociales y culturales» y no hicieron nada. Por fin la OMS inició una investigación de la práctica. Daniel Arap Moi, presidente de Kenya, la prohibió en 1982, después de haberse enterado de que había causado la muerte de 14 niñas.

La cirugía sexual tampoco es nueva en Occidente. En el siglo XIX la sexualidad femenina normal se considera una enfermedad tan operable como lo son hoy las mamas sanas. El papel del ginecólogo de la época consistía en la «detección, juicio y castigo» de los males sexuales y de los «crímenes morales». La cirugía pelviana se desarrolló extensamente como un «reflejo social», ya que el orgasmo era una enfermedad y su cura residía en su supresión.

La clitoidectomía hacía comportarse bien a las mujeres victorianas. «Las pacientes se curan... se eleva el sentido moral... la paciente se vuelve más manejable, ordenada, hacendosa y limpia.» Las mujeres de

la clase media tenían tan interiorizada la idea de su sexualidad como algo enfermo que los ginecólogos eran una «respuesta a sus oraciones». El especialista en cirugía facial Thomas Rees dice: «El alivio era enorme». Una de las pacientes del médico victoriano Cushing, librada por el bisturí de la «tentación de masturbarse», escribió: «Se ha abierto una ventana en el cielo (para mí)...». «Ha cambiado mi vida», comenta una paciente del doctor Rees después de una operación de rinoplastia. «Ni más ni menos.»

La opinión médica variaba en cuanto a si la castración era eficaz para devolver a las mujeres su «papel natural». Un tal doctor Warner reconoció que los resultados eran probablemente psicológicos, no físicos, como lo aceptan los cirujanos de hoy. El doctor Symington-Brown llegó a la conclusión de que la operación seguía teniendo validez para actuar con efecto de *shock*. Del mismo modo la Era Quirúrgica refuerza la sujeción de la mujer al mito de la belleza con un temor subyacente y no expresado: si no tiene cuidado, la tendrán que operar.

Como los criterios de la cirugía moderna, que hacen que las pacientes sean sometidas a los veinte años a una operación «preventiva» que es «pura propaganda comercial», los criterios de la clitoidectomía comenzaron con una definición muy restringida pero no tardaron en cubrir todos los casos. El doctor Symington-Brown comenzó estas operaciones en 1859. Hacia 1860 también extirpaba los labios. Adquirió mayor aplomo y comenzó a operar a niñas de 10 años, epilépticas, paralíticas y mujeres con problemas en la vista. Como dice una adicta a la cirugía en la revista She, «una vez que se comienza, es como una reacción en cadena». Operó cinco veces a mujeres que deseaban divorcios, y cada vez pudo devolver la paciente a su marido. «La cirugía era una ceremonia de estigmatización que las asustaba tanto que se sometían... La mutilación, sedación e intimidación psicológica... parecen haber sido una forma eficaz, si bien brutal, de reprogramación.» «La clitoidectomía», escribe Elaine Showalter, «significa aplicar por la fuerza del recurso quirúrgico una ideología que limita la sexualidad femenina a la reproducción», así como la cirugía del pecho responde a una ideología que limita la sexualidad a la belleza. Las mujeres victorianas se quejaban de haber sido engañadas y coaccionadas para someterse al tratamiento, como lo afirmaron también las mujeres estadounidenses que en 1989 describieron a la periodista de televisión Oprah Winfrey las mutilaciones genitales cometidas sin su consentimiento por un cirujano convencido de poder mejorar sus orgasmos mediante la reconstrucción quirúrgica.

No es una coincidencia que la cirugía del pecho se extienda hoy, en un momento en que la sexualidad femenina representa una amenaza. También esto era verdad en la era victoriana, cuando los médicos trataban las amenorreas mediante la aplicación directa de sanguijuelas en la vagina o en el cuello del útero y lo cauterizaban con ácido crómico, para tratar sus pérdidas. «La operación… no es lo importante», afirman una paciente sometida a rinoplastia, del mismo modo en que «el sufrimiento mental y la tortura física de las mujeres victorianas se consideraban inexistentes». Hoy en día los cirujanos se convierten en estrellas de los medios de comunicación, igual que el «atractivo personal y el prestigio», llegaron a rodear al cirujano ginecólogo que con frecuencia ordenaba operar cuando habrían bastado medidas menos radicales. Es suficiente abrir un folleto de cirugía estética para comprobar hasta qué punto son normales y sanos los pechos que hoy «son presa de los cirujanos sexuales». Durante el siglo XIX, afirma Showalter, «la ovariotomía llegó a ser una operación de moda, aunque representaba una mortalidad de hasta un 40%. *No sólo el ovario enfermo, sino también el sano y normal eran víctimas de los cirujanos sexuales*» (la cursiva es mía).

Los cirujanos sexuales de hoy exhiben su trabajo con orgullo. *The Life and Loves of a She Devil* reproduce una fantasía actual de Fay Weldon acerca de la mujer completamente reconstruida y exhibida ante los colegas médicos durante una reunión social. Los cirujanos victorianos se jactaban del número de ovariotomías realizadas y mostraban ovarios dispuestos en bandejas de plata ante auditorios llenos de admiración durante las reuniones de la Sociedad Ginecológica de los Estados Unidos.

La extirpación de los ovarios se desarrolló en 1872. Al año siguiente, se recomendaba la operación para «condiciones no ováricas», de modo que hacia 1906 había unas 150.000 mujeres sin ovarios. La frase «condición no ovárica» era un juicio social destinado a impedir que las mujeres «no aptas» tuviesen hijos y contaminasen el cuerpo político. El calificativo de «no aptas» incluía a toda mujer corrompida por la masturbación, los anticonceptivos y el aborto. Desde 1890 hasta la Segunda Guerra Mundial, se castraba a las mujeres mentalmente enfermas.

En 1925 la «Orificial Surgical Society» ofrecía cursos quirúrgicos de clitoidectomía e infibulación en vista del «gran volumen de enfermedad y sufrimiento del que era posible salvar al sexo débil». Hace diez años, un ginecólogo de Ohio ofreció una operación «Marca Zeta», por 1.500 dólares, de reconstrucción de la vagina «para hacer el clítoris más accesible al estímulo del pene». Una jactancia frecuente

entre los cirujanos plásticos de hoy es que su trabajo ahorra a las mujeres una vida de sufrimiento y tristeza.

Hay un género de la pornografía que se concentra en lastimar y cortar el pecho de las mujeres. Resulta aterrador que lo que parece considerarse erótico en relación con la cirugía de mamas no es que dé a la mujer la apariencia de tener pechos naturales más grandes o perfectos -a nadie parece interesarle que tengan un aspecto natural, ni tampoco que hagan a una mujer más femenina, ni que los pechos sean más perfectos. Lo aterrador es que la cirugía misma está siendo erotizada. Una revista húngara muestra a varias bellezas locales junto a los cirujanos que les reconstruyeron los senos. *Playboy* ha mostrado la cirugía de Mariel Hemingway y de Jessica Hahn, no tanto los pechos, sino la cirugía. Es aterrador ver que hoy, en una época de temor a las mujeres, la idea de que hombres de ciencia corten y abran, invadan y artificialmente reconstruyan las mamas aparezca como el mayor de los triunfos eróticos.

Es posible que las mujeres también hayan contribuido a la erotización de reconstrucción mamaria. Sólo al cabo de dos décadas de pornografía de la belleza limitando la sexualidad femenina es posible que un pecho muerto se considere «mejor» que uno sexualmente vivo. La misma censura tácita que crea las imágenes de la cara y el cuerpo de las mujeres crea también las imágenes del pecho femenino, manteniendo a la mujer en la ignorancia de cómo son realmente los senos. La cultura selecciona escrupulosamente los pechos no mostrando nunca los que son flácidos, asimétricos, maduros o los que han sufrido los cambios de la maternidad. Si sólo viésemos los pechos a través de su representación en la cultura, no nos enteraríamos de que los pechos de verdad existen en tantas formas y variantes como mujeres hay. Se mantiene a las mujeres ignorantes de la naturaleza única de los pechos de las demás mujeres. Como la mayoría nunca palpa los de otra mujer, no tienen la menor idea de la sensación táctil o de la forma en que se mueven y levantan con el cuerpo, o qué aspecto tienen en realidad durante el acto sexual. Las mujeres de todas las edades tienen una fijación -lamentablemente en vista de lo variados que son los pechos en cuanto a la textura- por la turgencia y la firmeza. Muchas jóvenes sufren un tormento de vergüenza por creer ser las únicas que tienen estrías. Como la pornografía de belleza las mantiene entre tinieblas de ignorancia sobre el cuerpo de otras mujeres, puede convencer a casi cualquier mujer de que tiene los únicos pechos blandos, o caídos, o pequeños, o grandes, o raros, o feos, y privarla así del exquisito erotismo de sus pezones.

La orientación hacia la cirugía del pecho parte de una cultura que

desecha todos los pechos que no sean como el oficial, impide a las mujeres conocer el cuerpo de las demás, y les proporciona un servicio que facilita por varios miles de libras (¿Por cada seno? ¡No, por los dos!) la reposición autorizada a las mujeres desesperadas.

En un anuncio televisivo de un cirujano plástico de los Estados Unidos, aparece una modelo que ronronea exhibiendo la sonrisa de una mujer satisfecha. Nada en su cara revela algo insólito. Se sobreentiende que no está hablando de su cara. Las mujeres no se dejan cortar el pecho, en general, para agradar a determinados hombres, sino para experimentar su propia sexualidad. En un ambiente enfermo, hacen esto «para ellas mismas». La mayoría son casadas o mantiene una relación estable. La tercera parte son madres cuyas mamas se «atrofiaron» con la lactancia, después del embarazo. Sus parejas niegan «categóricamente» haberlas impulsado a estas operaciones e insisten en que nunca criticaron los senos de sus compañeras.

Esta mutilación sexual no tiene que ver con las relaciones entre verdaderos hombres y mujeres, sino con la sexualidad femenina prisionera de la ideología de la belleza, a pesar del amor que puedan sentir los hombres por ellas. Muy pronto ni siquiera un hombre enamorado podrá salvar del bisturí la sexualidad de muchas mujeres. En la actualidad, una mujer debe ignorar la imagen reflejada en los ojos de su amante, ya que él podría admirarla y buscarla en la mirada del Dios de la belleza, según cuya percepción ella nunca es completa.

¿Qué tiene el Seno Oficial que hace que se invaliden todos los demás? De todas formas y tamaños, es lo que mejor garantiza la adolescencia. Las mujeres muy jóvenes tienen, claro está, pechos menudos, pero también los tienen muchas mujeres maduras. Muchas mujeres maduras tienen pechos grandes que no son firmes y erguidos. El pecho que es alto, pero además grande y firme, es el que hay más probabilidad de encontrar en una adolescente. En una cultura que teme el conocimiento sexual y la fertilidad de las mujeres, ese pecho ofrece la mayor garantía de una juventud eterna: ignorancia sexual e infertilidad.

Freud creía que la represión de la libido dio origen a la civilización. En este momento la civilización depende de la represión de la libido femenina. En 1973, la cuarta parte de las mujeres estadounidenses no se sentían felices con el tamaño y la forma de sus pechos. En 1986, el número había aumentado a un tercio y no se debía a que durante ese periodo el pecho femenino hubiese cambiado. Con este ritmo de aumento la próxima generación no tiene muchas perspectivas. Hacia

el año 2029, prácticamente todas las mujeres detestarán sus pechos.

Por este motivo, cada vez hay más mujeres a quienes no importa que las operaciones de sus pechos anulen un interés sexual que es simplemente humano: la solidificación del implante que da a sus mamas la consistencia de plástico duro. Las mujeres dicen (o por lo menos los artículos sobre cirugía aseguran que lo afirman las operadas) que su gratificación sexual es mayor después de la operación, aun cuando sus pechos no tengan nervios vivos y sí la dureza de la roca. ¿Cómo puede ser posible? La sexualidad femenina se externaliza hasta tal punto mediante la pornografía de la belleza, que es muy posible que la exciten más unos órganos sexuales que, no obstante ser materia muerta e inerte, responden con mayor exactitud a la imagen aceptada.

Así los implantes de pecho, aunque resulten extraños para su pareja y supriman sus propias sensaciones, pueden en realidad «liberar» la sexualidad de la mujer. Tienen el aspecto oficialmente aprobado. Son fotogénicos. Se han convertido en un artefacto, en una no-mujer, y nunca cambiarán, meta máxima en el mito de la belleza. Las partes del cuerpo hechas de material plástico no se detendrán aquí.

No se pretende del cirujano que obtenga algo que haga a la mujer sentirse hermosa antes sus propios ojos, sino que le garantice que impondrá a su cuerpo una genuina expresión de la fantasía masculina. Los médicos no parecen abrigar ilusiones acerca de su papel. Un anuncio en una revista de cirugía muestra una velluda mano de hombre apretando un implante gelatinoso. El gel, manufacturado, dicho sea de paso, por los fabricantes de napalm, brota entre sus dedos. El texto afirma que el producto «resulta natural» al tacto de la mano que lo aprieta.

En medicina, la ética considera una atrocidad toda interferencia en la sexualidad masculina. La Deprovera, droga que disminuye la libido de los criminales varones, es objeto de polémica porque es una barbaridad intervenir en la sexualidad masculina. En cambio, las instituciones siguen tratando la sexualidad femenina como algo hipotético. No sólo los pechos de fábrica ponen en peligro la respuesta sexual de la mujer, sino que muchas otras técnicas son perjudiciales para ella. La píldora, por ejemplo, que según se suponía aumenta su atractivo sexual, disminuye con frecuencia la libido, efecto secundario que rara vez se menciona. Un riesgo de la cirugía de párpados es la ceguera y en la rinoplastia hay un riesgo de dañar el sentido del olfato. Los *liftings* faciales pueden provocar una cierta parálisis. Si el ideal quirúrgico apunta hacia la sensualidad, tienen que existir otros


sentidos además de los cinco que conocemos.

Entumecimiento

Una cantidad suficiente de dolor produce entumecimiento, o pérdida de la sensibilidad. Contemplemos a una mujer «arreglada» que camina por la calle en un día de viento, con ramas que crujen sobre su cabeza. Viste un llamativo atuendo, mitad bailarina flamenca, mitad Carmen, una creación propia frágil y que atrae la atención. Durante una hora se estuvo pintando la cara, mezclando colores y sombras y ahora sostiene la cabeza erguida como si fuese una obra de arte. Sus piernas cubiertas por unas medias de seda negra están entumecidas de frío. El profundo escote de su vestido se abre ante una ráfaga de viento que hace erizarse el fino vello de su piel. Sus tendones de Aquiles están castigados por la presión de sus altos tacones negros rojos y laten de una manera implacable. Pero las cabezas se vuelven una y otra vez: ¿quién es esa? Cada mirada actúa como una inyección hipodérmica. Mientras las cabezas siguen volviéndose hacia ella, no sentirá realmente frío.

Los reflejos de un cuerpo sano lo inducen a evitar el dolor. Pero la ideología de la belleza es un anestésico, capaz de hacer que las mujeres se asemejan a objetos mediante su acción cauterizante de las sensaciones. La lista de requerimientos de la belleza eleva el nivel de nuestra tolerancia mínima del dolor para que podamos soportar las técnicas quirúrgicas. Para sobrevivir a la Era Quirúrgica tenemos una verdadera necesidad de impedirnos saber qué sentimos. Cuanto más sufrimos, mayor resistencia psicológica habrá a reabrir los canales mentales que debimos bloquear. En los experimentos Milgram de los años cincuenta, los investigadores colocaron las manos de los participantes sobre unas palancas que, según les informaron, provocarían descargas eléctricas en personas que ellos no veían. Se les indicó además que continuasen administrando descargas cada vez mayores. Los participantes, poco dispuestos a desobedecer a autoridades científicas que les decían que estaba bien lo que hacían, y sin poder ver a las «víctimas», elevaron las descargas eléctricas a niveles fatales. Una mujer aprende, en los albores de la Era Quirúrgica, a establecer una relación con su cuerpo semejante a la de los sujetos experimentales con las «víctimas» de las descargas. Separada de su cuerpo, con la indicación de no verlo ni sentirlo como si fuese humano, aprende de las autoridades científicas a infligirse un máximo de daño.

La descarga eléctrica no es simplemente una metáfora. Desde que comenzó su uso, la electricidad ha formado parte de los medios de control de la mujer. Las inválidas victorianas eran sometidas a

electroshock galvánico. Su uso más típico tiene lugar en las pacientes de institutos mentales y presenta una gran semejanza con el ceremonial de muerte y renacimiento de la cirugía estética. Al igual que la cirugía, afirma Elaine Showalter en *The Female Malady* , el electroshock «tiene todos los atributos de un poderoso ritual religioso, dirigido por una figura sacerdotal masculina... Su magia surge de la imitación de una ceremonia de muerte y resurrección. Para la paciente representa un rito de pasaje en el cual el doctor mata a la parte del yo “mala” y demente, y resucita a la parte “buena”». En la visión del electroshock de la poeta Sylvia Plath, es un yo «bueno» nacido una vez más, pero «no de mujer». Por esta razón a las pacientes con tendencias suicidas se las suele aliviar con terapia de electroshock. Al despertar sienten que en cierto modo murieron y volvieron a nacer, aniquiladas las partes odiadas de sí mismas, literalmente electrocutadas. Gerald McKnight describe una «terapia» contra el envejecimiento en la cual se somete la cara a descargas eléctricas. Lancôme fabrica «un producto para moldear la silueta de suma precisión» que promete «atacar los bultos no deseados»; es el «primer tratamiento de *shock* térmico para moldear el cuerpo». Desde la Unión Soviética hasta Chile se ha hecho uso de este procedimiento para estimular la pasividad en los disidentes políticos.

Ahora que se invita a las mujeres a operar su propio electroshock no tiene objeto describir caso tras caso los fracasos horribles, o repetir una vez más que la cirugía es cara y muy, muy dolorosa, y que hay probabilidades de que nuestro cuerpo caiga en manos de alguien que no está habilitado, preparado o no está de nuestra parte. Tampoco tiene mucha ventaja mencionar los casos fatales.

La verdadera cuestión es la apatía, el efecto entumecedor global que está registrándose. Es un hecho irónico que con cada artículo sobre cirugía que detalla sus horrores, como ocurre con muchos, las mujeres pierden algo más de su capacidad de sentir en sus propios cuerpos y de identificarse con el propio dolor. Se trata de un recurso para sobrevivir, puesto que con cada artículo aumentará la presión social que nos disponga a someternos a esos mismos horrores. Las mujeres están al tanto de las atrocidades, pero han perdido su capacidad de sentirlas.

A medida que aumentan las cifras y que las técnicas quirúrgicas se vuelven más complejas, el proceso de entumecimiento se acelerará. Los procedimientos suenan aún como algo bárbaro en nuestros oídos, pero no tardarán en ser absorbidos por esta insensibilidad creciente. El mito se propaga hacia el este. Ciertos procedimientos considerados como tolerables en los Estados Unidos siguen siendo repugnantes en

Gran Bretaña y repelentes en Holanda, pero el próximo año las británicas habrán aprendido a dominar sus náuseas y el estómago de las holandesas se calmará. Partes de nosotras que hasta hoy admiramos con placer serán reclasificadas el año próximo con nuevas deformidades. El umbral de tolerancia del dolor que se nos exige ascenderá sin cesar. Esta progresión es simplemente aritmética. La cirugía estética se doblaba cada cinco años en los Estados Unidos, hasta que se triplicó en dos años. En Gran Bretaña se dobla cada década. En los Estados Unidos ha caído bajo el bisturí la población de mujeres de una ciudad más grande que San Francisco y, en Gran Bretaña, una ciudad de mujeres con la población de Whitby.

El punto esencial es que nuestra pérdida de la sensibilidad está aproximándose a lo que quiere de nosotras el mito de la belleza. La lectora termina de leer el artículo y mira las fotografías: el rostro de la mujer tiene el aspecto de haber sido golpeado en los pómulos con una barra de hierro. Tiene los ojos amoratados. La piel de sus caderas es una manta de hematomas. Sus pechos están hinchados y amarillentos, como los ojos teñidos de ictericia de las hipertiroideas. Sus pechos no se mueven. La sangre se transforma en costras bajo las suturas. Hace dos o tres años la lectora hallaba alarmistas estas imágenes. Hoy descubre que son imágenes promocionales. No se espera ya que reaccione con repugnancia como la que sintió al principio. Las revistas femeninas han fijado la lista de exigencias de la belleza y en sus artículos pretenden convencer a las mujeres de que no cabe echarse atrás en ninguna circunstancia, ya que hay otras lectoras, la competencia, que se atreven a afrontar cualquier cosa. El artículo típico, con sus pormenores sobre semanas de sangre y dolor, pero terminado en belleza y felicidad, despierta en las mujeres algo semejante a las compras febriles movidas por el pánico.

Una mujer en un refugio para mujeres golpeadas describió una vez sus piernas como «todo un solo hematoma, como si estuviesen cubiertas por medias de color púrpura». En una entrevista relativa a un libro que promocionaba la cirugía estética que oí por casualidad en un café de Manhattan, una mujer que se había sometido a una liposucción recurrió a la misma imagen. Lo que debemos explorar no son las mutilaciones, sino el ambiente en que vivimos hoy que permite que les restemos importancia.

Con la cirugía estética entramos en una era aterradora, en la que todos los límites se han desmoronado. Ningún grado de dolor ni amenaza de desfiguración parecen actuar como elementos disuasivos. Lo que le sucede al cuerpo femenino en relación con esta cirugía equivale a lo que le ocurre al equilibrio vital de nuestro planeta. Nos encontramos

en un punto decisivo para el futuro.

Los comienzos de la Era Quirúrgica, hacia 1980, fueron el resultado de algunos progresos tecnológicos logrados en la profesión. Sin embargo, proporcionó una gran energía a la ofensiva de la belleza contra el feminismo. Los dos hechos, los medios y la voluntad de cambiar completamente a las mujeres, nos han llevado a una extraordinaria conmoción mental en cuanto a la vida del cuerpo femenino. Con el cambio de retórica que funde el dolor y la mutilación en un lenguaje apagando la conciencia femenina ha tenido que contar con el mismo tipo de destrucción de las reglas que el pensamiento humano cuando el átomo se separó. La enorme expansión de las posibilidades trajo consigo una enorme expansión de los peligros.

Si es posible cambiarlo todo en el cuerpo de la mujer, es que se ha producido algo revolucionario, o tal vez demoníaco, en el mundo que ofrece como alternativa el mito de la belleza. ¿Significa que la vieja economía cruel ha estallado en pedazos? ¿Que la ciencia ha abierto, en verdad, un horizonte de belleza accesible a cuantas mujeres dispongan de los medios necesarios? ¿Significa que ese sistema irritante y amargo de castas, en el que algunas nacen «mejores» que otras, ha muerto, y que las mujeres son libres?

Tal ha sido la interpretación popular. La Era Quirúrgica es un beneficio absoluto. Es la realización del Sueño Norteamericano. Podemos recrearnos como seres «mejores» en un mundo feliz. Es comprensible, asimismo, que se la interprete como liberación feminista. La revista Ms la exaltó como «autotransformación». En *Lear's* una cirujana recalca: «*Voilà!* Se te conduce a la libertad». Esta esperanzada aspiración de la mujer a una tecnología mágica que destruya el mito de la belleza y su injusticia, con esa «belleza» que está cerca de ser justa porque podemos ganarla con dolor y pagarla con dinero, es una respuesta conmovedora, pero corta de vista.

Con la misma actitud de esperanza se introdujo la bomba atómica en los años cincuenta. Fue presentada al término de la guerra total como un nivelador mágico de naciones desiguales. Hoy se presenta la cirugía estética como la milagrosa restablecedora de la paz en el combate de la mujer contra el imperio del mito. Fueron necesarias décadas para reconocer el verdadero impacto de la era nuclear sobre la conciencia humana. Se llegase o no a hacer uso de ella nuevamente, la bomba cambió para siempre nuestra manera de pensar sobre el mundo.

Con la Era Quirúrgica, estamos en la primera cresta de una ola cuyo

fin no alcanzamos a ver. Sin embargo, la despreocupación con que aceptamos esta tecnología es tan ciega como el optimismo frente a la bomba que inundó el mercado con ropa de playa e historietas con motivos atómicos. Con la cirugía estética, la conciencia interna del cuerpo femenino está sufriendo una transformación que puede significar nuestra pérdida de los límites del cuerpo, definido y defendido hace tan poco tiempo -y nuestra orientación hacia su interior- para siempre.

La bomba nos afecta tanto si explota como si no. Se someta o no a la cirugía estética, la mente de la mujer está moldeada hoy por su existencia. Las esperanzas en la cirugía seguirán aumentando. Dado que el mito actúa según un sistema de equilibrio, tan pronto como haya un número suficiente de mujeres transformadas y se alcance la masa crítica, es decir, sean demasiadas las mujeres que se asemejen al «ideal», este «ideal» cambiará. Siempre se requerirán diferentes cortes y suturas a las mujeres, si es que pretenden conservar su sexualidad y sus medios de subsistencia.

En 1945 perdimos el lujo de dar por supuesto que el mundo sobrevivirá al individuo. La tecnología hizo imaginable su destrucción. La mujer comenzó a perder el lujo de dar por supuesto que tenía una cara y un cuerpo que eran suyos exclusivamente y con los cuales podría vivir toda su vida.

Los años entre el desarrollo de la bomba y la evolución de la «nueva forma de pensar» sobre la guerra expresada por Einstein fueron los más peligrosos. Los hombres contaban con los medios para destruir el mundo, aplicando la nueva tecnología a la guerra convencional, pero aún no habían evolucionado más allá, en la idea de que la guerra convencional era evitable. Hoy las mujeres tienen acceso a una capacidad tecnológica de lucha por la «belleza». Sin embargo, no tienen todavía una mentalidad que las lleve a superar las viejas reglas, que les permita imaginar que tal combate entre las mujeres no es inevitable. Hoy los cirujanos pueden hacer cualquier cosa. Todavía no hemos alcanzado la época en que podamos defendernos mediante una resistencia a que nos hagan «cualquier cosa».

Vivimos tiempos peligrosos.

Las nuevas posibilidades abiertas a las mujeres no tardan en convertirse en nuevas obligaciones. Hay sólo un paso entre «se puede hacer cualquier cosa» por la belleza y «se debe hacer cualquier cosa». Lo que debemos plantearnos antes de empezar a considerar vías para proteger nuestra seguridad es la afirmación de que las mujeres eligen

este dolor. Debemos preguntarnos qué significan las palabras «elegir» y «dolor» relacionados con las mujeres de la Era Quirúrgica.

Dolor

¿Cuál es el origen del dolor? La especialista en leyes Suzanne Levin señala que para probar que ha habido daño es necesario probar que estamos peor que antes. Añade que como existe siempre un «ruido de fondo» de daño a su alrededor, las mujeres no se consideran heridas cuando lo están. El mismo concepto parece aplicarse al reconocimiento del daño causado a las mujeres en nombre de la belleza. Como las mujeres deben amar la «belleza», esta adicción que amenaza su vida no es real. Dado que las mujeres deben sufrir para ser bellas, y el sufrimiento es hermoso, el dolor que sientan pasa a ser «un malestar». Como su dinero no es dinero de verdad sino «dinero de bolsillo», y como están locas por buscar la belleza, y una loca y su dinero no tardan en separarse, nadie llama fraude a las prácticas fraudulentas que se sirven del dinero de las mujeres. Como de entrada las mujeres ya están deformadas, en realidad no pueden sufrir deformación. Como son crédulas por naturaleza en su búsqueda de la belleza, ninguna decepción resulta escandalosa.

El dolor es una realidad cuando es posible persuadir a otros de que existe. Si nadie cree en él salvo quien lo sufre, nuestro dolor es locura, o histeria, o expresión de nuestra incapacidad como mujeres. Hemos aprendido a someternos al dolor al escuchar a personas de autoridad, como médicos, sacerdotes o psiquiatras, que nos dicen que lo que sentimos no es dolor. Se nos pide estoicismo frente al dolor de la cirugía, como se nos pedía ser estoicas en el parto. La Iglesia medieval revalidaba la maldición de Eva negándose a autorizar nada que aliviase el dolor de dar a luz. Según el análisis hecho por Andre Dworkin de la misoginia en *Women Hating*, «la objeción católica al aborto se centraba específicamente en la maldición bíblica que hacía de la maternidad un doloroso castigo. No tenía que ver con el "derecho a la vida" del feto no nacido». La poeta Adriene Rich recuerda a las mujeres que el «patriarcado dijo a la parturienta que su sufrimiento tenía un significado. Era el significado de su existencia en el mundo, especialmente si era un varón, tenía valor, y que su propio valor dependía de traerlo al mundo». Lo mismo puede aplicarse a la «nueva vida» de la belleza de origen quirúrgico. En las salas de maternidad, se afirma en *Alice Through the Microscope: The Power of Science Over Women's Lives*, la futura madre «debe disociarse habitualmente de su cuerpo y de la conducta de éste, controlarse a sí misma y "portarse bien". A la que grita durante el parto, o a la que llora después, la obligan a menudo a sentir que no tenía que haberlo hecho, que ha perdido el control, que sus propios sentimientos no son naturales, o bien que no debería darles rienda suelta». Las mujeres que

han tenido experiencias de cirugía estética las describen en términos análogos.

La mayoría de ellas puede recordar muchas ocasiones en las que se les dijo que lo que les dolía no les dolía. Recuerdo a un ginecólogo de manos grande e insensibles que, al ensanchar el espéculo con un gesto malhumorado, disparó un rayo de dolor a la base de mi columna vertebral. Sentí que se me separaban las fontanelas del cráneo y por ellas entró el dolor como si fuese hielo. «Deje de hacer muecas», me dijo. «Esto no duele». O el especialista en electrolisis mencionado por una mujer que le preguntó: «¿Se ha hecho electrolisis antes?». La mujer respondió que sí «¿Qué sabe de ella?» «Duele como el diablo». «No duele en absoluto», la contradijo el médico. O las voces que se oyen en una línea telefónica que recibe llamadas por violación. «Me dijeron que no sabían por qué estaba tan afligida. No había hematomas. No parecía que me hubiese hecho daño.» Luego está la mujer profesional que me describió su cirugía de nariz: «Fue después de una relación amorosa desafortunada cuando decidí cortarme la nariz para mortificar mi cara. Dijeron que si era una buen paciente no habría verdadero dolor y sólo muy poca sangre. No pude soportarlo. Dije que me dolía. Dijeron que exageraba. Sangré tanto que mi hermana se desmayó al verme. Entonces me dijeron: “Mire lo que ha hecho”».

Una «esclava del bisturí» en una revista femenina describe un *peeling* facial: «En esencia no es diferente de una quemadura de segundo grado… Te pones tostada y reseca, luego se forman las costras y caen. Y dura varias horas porque es muy venenoso y no se pueden arriesgar a que te entre en la sangre». El doctor Thomas Rees no regatea los términos: «La abrasión y descamación traumatizan la piel… con cualquiera de los dos tratamientos se pueden retirar capas de piel demasiado profundas y dar lugar a una herida abierta… se han producido muertes por paro cardíaco como consecuencia de un *peeling* químico… se congela la piel (para la dermoabrasión) hasta que adquiere una consistencia de tabla que facilita la abrasión, que se hace con un cepillo rotativo de acero impregnado en partículas de diamante». «El alisado de la piel», informa a las lectoras, «tuvo su origen durante la Segunda Guerra Mundial y se realizaba con papel de lija para quitar las partículas de obús incrustadas en la piel». La cirugía plástica se desarrolló después de la Primera Guerra Mundial como reacción ante unas mutilaciones de guerra nunca vistas hasta entonces. Una mujer que se ha sometido al alisado de la piel afirma que «si descubriésemos que se somete a este tratamiento a los presos en las cárceles, seguramente estallaría un escándalo internacional y se denunciaría al país ante Amnistía Internacional por tormentos

horrorosos». El *peeling* químico, esta «tortura horrorosa», ha aumentado en un 34%.

No es fácil describir el dolor físico, y las palabras con las que acordamos hacerlo no siempre son adecuadas. La sociedad debe aceptar que existe un tipo de dolor para, así, poder aliviarlo. Lo que experimenta una mujer en el quirófano, bajo la máscara de ácido, extendida y con el cuerpo abierto a la boca de la máquina aspiradora, anestesiada totalmente mientras espera que le rompan la nariz, sigue siendo un tema privado del que no se puede hablar.

Se niega tal dolor convirtiéndolo en algo trivial. «Puede ser incómodo.» «Puede haber algo de malestar.» «Un poco, muy poquito de inflamación y hematomas.» Hasta ahora no está permitido comparar el dolor de las mujeres estadounidenses y británicas con el verdadero dolor, el dolo que ataca Amnistía Internacional. Hay quien dirá que tal comparación es exagerada. Sin embargo, es necesario sostenerla, ya que las mujeres mueren porque se les quita importancia.

La cirugía duele, sí, duele. Mantienen a la víctima bajo el agua el tiempo suficiente para que deje de resistirse. Respira mediante branquias cortadas. Retiran a la paciente, llena de agua y torcida, boca abajo hasta una orilla sin huellas. Con su espíritu en un estado de animación suspendida, hacen pasar un tanque por el cuerpo indefenso.

Despertar duele y volver a la vida duele horriblemente. El hospital, por mucho que se precie de ser «atento» o «lujoso», degrada al paciente como en una prisión o un asilo psiquiátrico, allí donde la vieja identidad significa problemas, te quitan la ropa y te dan una cama numerada.

Durante el tiempo en que estamos bajo la anestesia perdemos la vida y nunca recuperamos esas horas. Vienen visitantes, pero los vemos a través de las aguas que se cierran sobre nuestra cabeza; son otra especie: los sanos. Una vez que nos han cortado, no habrá ninguna cantidad de vida agradable que borre lo que sabemos ahora sobre lo fácil, lo consoladora que es la muerte.

La cirugía estética no es «estética» y la carne humana no es «plástica». Hasta la nomenclatura reduce a un nivel frívolo su verdadera esencia. No es como borrar con la plancha las arrugas de una tela, o arreglar el automóvil, o modificar ropa pasada de moda, todas ellas metáforas de hoy. La trivialización y el infantilismo llenan el lenguaje de los cirujanos cuando se dirigen a las mujeres: «un pellizco», «una costurita en el estómago». Rees escribe, al referirse a una quemadura de

segundo grado en la cara: «¿Te acuerdas cuando eras una colegiala y te raspabas las rodillas y se formaba una costra?». Este lenguaje de niños falsea la realidad. La cirugía nos cambia para siempre la mente además del cuerpo. Si no deseamos referirnos a ella en términos serios, nos encontramos frente a frente con el milenio de la mujer hecha por el hombre y no habremos ejercido ningún derecho de elección.

Elección

El dolor relacionado con la belleza es trivial porque se supone que la mujer elige sufrirlo libremente. Este convencimiento nos impide ver que lo que está proporcionando la Era Quirúrgica a las mujeres es una violación de sus derechos humanos. El hambre, la náusea y las invasiones quirúrgicas dictados por la reacción antifeminista son armas políticas. A través de ellas, se está realizando una tortura política entre nosotras. Cuando a un sector de la población se le niega alimento o se le obliga a vomitar con regularidad, o se le corta su cuerpo repetidamente para volverlo a suturar sin ningún objetivo médico, a eso lo llamamos tortura. ¿Sienten las mujeres menos hambre o se sienten menos ensangrentadas por el hecho de constituirse en sus propias torturadoras?

La mayoría responderá afirmativamente, ya que son las mujeres quienes se infligen el daño a sí mismas, además es algo que es necesario hacer. Es un error, no obstante, creer que existe una calidad diferente en la sangre, el hambre o las quemaduras de segundo grado por el hecho de que las hayamos elegido. Las terminaciones nerviosas no pueden saber quién pagó para que las cortasen, ni tampoco le consuela a una piel en carne viva saber el motivo que provocó su abrasión. La gente responde en forma ilógica frente al dolor en nombre de la belleza, porque supone que los masoquistas se merecen el dolor que se causan ya que disfrutan de él.

Además, nuestro aprendizaje de lo que debemos hacer como mujeres surge del ambiente. Somos sensibles a las señales que nos envían las instituciones en cuanto a lo que debemos hacer con nuestra «belleza» para sobrevivir, y las instituciones nos envían el clarísimo mensaje de que apoyan cualquier tipo de violencia. Si la lucha por la belleza implica la guerra, la mujer que se pone un límite es considerada cobarde, como los hombres pacifistas. La elección de la mujer en la Era Quirúrgica no es libre, y por este motivo no tenemos excusa para negarnos a ver nuestro dolor como real.

Las mujeres tendremos poder de decisión frente a la cirugía estética sólo cuando:

1. Negándonos a ella, podamos conservar nuestros medios de subsistencia
Hemos visto ya cómo una alteración quirúrgica se ha convertido en un requisito para el empleo y la promoción entre las mujeres. Los folletos destacan las presiones profesionales sobre las mujeres para que parezcan más «jóvenes». En realidad este requisito es criminal. «Los

patrones no pueden ya... comprar el asentimiento de sus empleados a someterse a condiciones de trabajo poco seguras o insalubres.» La cirugía, el Retinol A y la privación crónica de calorías son perjudiciales y peligrosas, pero las mujeres bajo el RBP carecen de una opción que les permita resistirse a ellos y conservar a la vez sus medios de subsistencia.

2. Negándonos a ella, podamos conservar nuestra identidad
«Elegir no significa nada si la elección está entre sobrevivir o morir». Un animal aprisionado en una trampa no elige roerse la pata hasta cortársela. Ahora la Doncella de Hierro está cerrando con su silueta de cuchillas. Lo que sobresale tiene que ser extirpado. Cuando las mujeres hablan de cirugía hablan de «taras con las que no pueden vivir» y lo dicen en serio. Sus revistas preguntan: ¿Hay vida después de los 40? ¿Hay vida por encima de una talla 48? Estas cuestiones no deben tomarse a broma. Las mujeres eligen la cirugía cuando se convencen de que sin ella no pueden ser quienes verdaderamente son. Si todas las mujeres eligiesen vivir consigo mismas como ellas mismas, es probable que la mayoría lo lograse. Los temores en cuanto a la pérdida de la identidad son ilegítimos. «Elegimos» una muerte parcial por encima de una vida que no parece posible vivir. «Elegimos» morir un poco con el fin de volver a nacer.

3. Negándonos a ella, podamos conservar nuestro lugar en la comunidad
En las culturas tradicionales como las de Grecia y Turquí se consideraba obsceno que una mujer madura usase los colores vivos de la juventud. Existen ya comunidades «modernas», como Palm Springs, Beverly Hills y el *Upper East Side* de Manhattan, en las que se considera igualmente chocante que una mujer no se haga quitar la piel flácida del cuello.

Habitualmente los hombres ven las imposiciones como una amenaza a su autonomía. Entre las mujeres la coerción suele tomar una forma diferente: la coacción de perder la oportunidad de establecer vínculos como los demás, de ser amada y de mantenerse deseable. Los hombres creen que esta coacción se produce a través de la violencia física. Las mujeres, en cambio, ven el sufrimiento físico como algo tolerable comparado con el dolor de perder afecto. La amenaza de la pérdida de afecto puede volver a poner en su sitio a algunas con más rapidez que un puño en alto. Si pensamos en las mujeres como seres capaces de saltar a través de aros de fuego para retener el amor, la razón es que la amenaza de no ser amada se ha utilizado contra las mujeres mucho más que contra los hombres para mantenerlas en orden.

La desesperación de las mujeres por la belleza se considera narcisismo,

pero las mujeres se desesperan por aferrarse a un centro sexual en el que nadie amenaza con robarles a los hombres, los cuales mantienen su identidad sexual a pesar de sus imperfecciones físicas y de su edad. Ellos no parecen oír que el tiempo se agota y que nunca ya serán objeto de caricias, admiración y gratificación.. Los hombres deberían imaginarse lo que es vivir bajo esta amenaza antes de llamar narcisistas a las mujeres. Al luchar por la belleza, las mujeres creen estar luchando por su vida, por una vida al calor del amor sexual.

La amenaza de la pérdida de afecto suele estar acompañada por la amenaza de la invisibilidad. La edad avanzada sirve para ilustrar la esencia de falta de equidad del mito. El mundo está gobernado por hombres viejos, mientras que las mujeres viejas son borradas de la cultura. La persona desterrada que es objeto de ostracismo deja de existir como persona. Tenemos aquí dos armas eficaces que no dejan rastros de violencia, puesto que no hay rejas ni leyes ni armas de fuego. La activista sudafricana Beyers Naude afirma que «una orden de destierro puede llevar con toda facilidad a la desintegración de un individuo». Pocos pueden soportar que los traten como si fuesen invisibles. Así las mujeres se someten a operaciones de *lifting* facial en una sociedad en la que las que no lo hacen parecen desaparecer de la vista.

Las operaciones de *lifting* pueden causar parálisis nerviosa, infecciones, ulceración de la piel, «muerte cutánea», cicatrices abultadas y depresión postoperatoria. «¡Qué trauma! ¡Era como si me hubiera atropellado un camión! Hinchada, llena de morados, lamentable... parecía un monstruo... en esta fase, me dijeron, a las mujeres les da por llorar sin control.» «Después es muy doloroso, porque tienes la sensación de haberte dislocado la mandíbula. No puedes sonreír, te duele la cara... Tenía un horroroso hematoma amarillento y traumatismo.» «Una infección horrible... hematomas... un cardenal en forma de semicírculo y tres bultos bien notables, uno como una piedra gigantesca que me impedía hablar... ¡Ahora me encanta ponerme maquillaje!» Todas estas citas son de comentarios, tomados de las revistas femeninas, de mujeres que se someten a *lifting* facial.

Me gustaría poder olvidar el aspecto de alguien a quien yo quería mucho, tendida en una cama del hospital St Vincent, con vendajes sobre sus ojos embadurnados de una sustancia sulfurosa. Un tubo goteaba dentro de una fina vena. Atontada, su cabeza se movía sin cesar sobre la almohada como la de un ternero ciego. No podía ver a quienes nos preocupábamos por ella, de pie y con aire desconcertado alrededor de su alta cama con barandilla. Por sus magníficos pómulos, sobre su espléndida boca, bajaba un hilo de sangre reluciente. Daba la

impresión de que estaba allí por una enfermedad o por un accidente, pero no tenía nada de eso cuando entró en el hospital. Estaba allí porque era menos guapa, por así decir, de lo que era antes.

Las mujeres están aprendiendo a sonreír con aire firme ante estas anécdotas, porque la alternativa, según les dicen, es realmente intolerable. Las mujeres viejas desaparecen. Sus madres desaparecieron, su valor social disminuyó cuando terminaron de criar a sus hijos.

Pero cualesquiera que sean las presiones del presente, el futuro quirúrgico no ofrece opciones.

El futuro quirúrgico

La definición victoriana de lo operable se iba ampliando cada vez más. La «enfermedad moral», como la «fealdad», era una definición que podía alterarse para incluir cualquier tipo de conducta considerado anormal o disgregador de las normas de la comunidad, según Elaine Showalter. «Se habilitaban asilos para jóvenes de temperamento ingobernable… hoscas, rebeldes, maliciosas, desafiantes frente a todo control doméstico, o carentes de ese recato frente a las pasiones sin el cual el carácter femenino está perdido.» Nuestra definición también se está ampliando. En la década de los setenta, la cirugía del *bypass* intestinal (se sellan partes del intestino para perder peso) se inventó y expandió hasta que ya en 1983 se realizaban anualmente 50.000 operaciones. El cierre de mandíbulas (se atan con alambres para perder peso) también apareció en la misma década feminista de 1970, y la gastroplastia o cierre parcial del estómago (se sutura una parte para reducir su capacidad) comenzó en 1976 y se realiza en Gran Bretaña desde principios de los ochenta. Con el correr del tiempo los criterios de aceptación se volvieron menos estrictos hasta que hoy la mujer apenas moderadamente gorda siempre puede encontrar a un cirujano con buena voluntad. Algunas mujeres con un peso de 77 kilos se han hecho suturar los intestinos. Si bien el médico que desarrolló la técnica limitaba su aplicación a pacientes con más de 50 kilos de sobrepeso, la FDA la aprobó para casi cualquiera que la solicitase.

El cierre parcial de los intestinos es origen de 37 complicaciones posibles, incluidas la desnutrición severa, daño al hígado, fallo hepático, irregularidad cardíaca, daño cerebral y nervioso, cáncer de estómago, deficiencia inmunitaria, anemia perniciosa y muerte. Una paciente de cada diez sufre úlceras dentro de los primeros seis meses. Sus probabilidades de morir son nueve veces mayores que las de un paciente en las mismas condiciones pero no operado. Del 2% al 4% muere al cabo de días, y la tasa de mortalidad final puede ser mucho más alta. Los cirujanos «buscan pacientes de un modo agresivo» y no tienen dificultades en lograr que firmen consentimientos en los que aceptan la posibilidad de severas complicaciones y muerte. En este punto no cabe sorprenderse de que entre el 80% y el 90% de estos pacientes sean mujeres.

Por fin todas las mujeres pueden operarse. La liposucción es la técnica quirúrgica de más rápido desarrollo. El año pasado 130.000 mujeres estadounidenses se sometieron a ella, y los cirujanos succionaron 200.000 libras de tejido del cuerpo de estas mujeres. Según el *New York Times*, once murieron a cause de la operación. Desde la aparición

de ese artículo murieron, por lo menos, tres más.

Sin embargo, nunca me habría enterado de estas cifras a partir de las conversaciones que sostuve con varios «asesores» cuando me hice pasar por una posible clienta:

> -¿Cuáles son los riesgos de la liposucción?
> -No son grandes. Siempre hay algún riesgo de infección, pero pequeño, y un riesgo en la anestesia, pero también es pequeño.
> -¿Ha muerto alguien alguna vez?
> -Bueno... tal vez hace diez años, alguna paciente obesa.
> -¿Y actualmente hay muertes?
> -¡Oh, no!

> -¿Cuáles son los riesgos de la liposucción?
> -No hay riesgos, no hay ninguno.
> -He leído que hay gente que ha muerto.
> -¡Por Dios! ¿Dónde ha leído eso?
> -En el *New York Times*.
> -No sé nada sobre eso. No sé nada sobe el *New York Times*. Estoy seguro de que si fuese verdad aparecería en primera plana. Tienden a armar un escándalo por la menor cosa.

> -¿Existen riesgos en la liposucción?
> -No, no. En términos generales, no hay ningún riesgo, no, no. No hay el menor problema.
> -Leí que se produjeron algunas muertes.
> -Mmmm... Oí hablar algo sobre el tema. Pero siempre que usted esté en mano de un especialista hábil, no tiene por qué tener ningún problema, ningún problema.

> -¿Cuáles son los riesgos de la liposucción?
> -Hay muy pocos, muy pocos.
> -¿Muere alguien alguna vez?
> -Diría que no.

> -¿Cuáles son los riesgos de la liposucción?
> -Son mínimos. Muy, muy pequeños. Son tan mínimos... uno entre un millón. Es muy sencillo. Hay muy poco que pueda salir mal en cuanto a efectos secundarios permanentes... Muy, muy poco que pueda fallar.
> -¿Hay algún riesgo de muerte?
> -No, no, en absoluto. Yo no conozco ningún caso que se haya complicado hasta ese punto.

Podríamos llamar a la muerte un efecto secundario permanente. Decididamente podemos llamarla una complicación. Ampliando el concepto, podríamos decir que arriesgar la propia vida es lo último en lo que haya que preocuparse, con un riesgo tan pequeño, tan insignificante, tan mínimo. Las muertes por liposucción no son verdaderas muertes, lo cual es una idea reconfortante para los deudos del muerto. Los cirujanos afirman que «los beneficios superan en mucho los riesgos», juicio subjetivo de valor en cuanto a la relativa importancia de su versión de la «belleza» y la importancia de una vida de mujer.

Detenerse frente a este riesgo de muerte tan, tan mínimo es reaccionar exageradamente. Las muertes son una fracción de un porcentaje total. Para una operación necesaria, desde luego, desde el punto de vista médico. Pero, ¿para la reconstrucción de mujeres jóvenes y sanas? ¿Cuántas deberán morir antes de que se vea que son demasiadas, antes de que nos rodeemos de una línea de protección? Catorce mujeres muertas, de momento, cada una de las cuales tenía un nombre, un hogar y un futuro. Y cada una de las cuales tenía concentraciones normales de carne en los puntos en que la grasa diferencia el desarrollo sexual del hombre y de la mujer; catorce mujeres que jugaron doble o nada, y lo perdieron todo. ¿Cuándo veremos la sangre en las manos de los médicos? ¿Cuándo mueran veinte mujeres? ¿Treinta? ¿Morirán únicamente mujeres sanas antes de que opongamos resistencia, antes de que cuestionemos un procedimiento que hace que las mujeres se jueguen la vida en nombre de la «belleza» que no tiene nada que ver con ellas? A este paso, las muertes serán sólo cuestión de tiempo. La liposucción es la técnica de máximo desarrollo en un campo que se triplica cada dos años. Antes de que esta escalada continúe hasta el punto de que deje de considerarse normal, es el momento de tomar distancias y ver que hay catorce cuerpos muertos, cuerpos de verdad, cuerpos humanos. Catorce mujeres muertas fueron suficientes en Kenya, pero no en los Estados Unidos.

¿En qué consiste la liposucción, si damos por supuesto que sobreviviremos a ella? Si leemos un anuncio de una clínica, la explicación es más o menos la siguiente:

> MEJORAR LA SILUETA MEDIANTE LA REDUCCIÓN INMEDIATA DE GRASA EN PUNTOS LOCALIZADOS… Una de las técnicas de más éxito desarrollada con el objeto de afinar y moldear la silueta. En la lipectomía asistida por la lipólisis/succión se efectúa una incisión diminuta en cada zona de grasa excesiva. Se inserta entonces un tubo muy fino y por medio de movimientos suaves y

> diestros reforzados por una succión intensa y regular esta grasa no deseada, y a menudo poco estética, se extirpa definitivamente.

Si leemos una descripción hecha por un testigo visual, relatada a la periodista Jill Neimark, la liposucción es así:

> [Un] hombre introduce un tubo de plástico dentro de la garganta de una mujer desnuda. Conecta este tubo a una bomba que en las horas siguientes respirará por ella. Tiene los ojos cubiertos con cinta adhesiva, los brazos extendidos en cruz y la cabeza se mueve de un lado a otro… Está bajo un estado de coma provocado químicamente, conocido por anestesia general… Lo que pasa después es de una violencia increíble. El cirujano introduce y retira la cánula, con la velocidad de un pistón, rompiendo gruesas redes de grasa, nervios y tejido de su pierna. El doctor está listo para coserla ahora. Se le han succionado a esta mujer cerca de 2.000 mililitros de tejido y sangre, una cantidad mayor la expondrá al riesgo de una infección general y a una pérdida de líquido que lleva al *shock* y a la muerte… Despega la cinta adhesiva de los párpados y ella lo mira sin verlo. «Muchas mujeres tienen dificultades para recobrar el conocimiento. Sacar a alguien de la anestesia es la parte más peligrosa de la operación»… [la cual] puede llevar a una infección masiva, daño excesivo a los vasos capilares y depresión del nivel de líquido que puedan provocar el *shock* y el estado de coma.

La liposucción señala el camino haca el futuro. Es la primera de muchas técnicas futuras que las mujeres podrán utilizar por el solo hecho de ser mujeres.

Eugenesia

Las mujeres son candidatas a la cirugía porque se las considera inferiores, consideración que comparten con otros grupos marginados. Los rasgos faciales de los individuos que no son blancos son también deformes. Una clínica británica ofrece un «aspecto occidental de ojos» para el «Párpado Oriental» que «carece de un pliegue supratarsal bien definido». Elogia la nariz caucásica y «occidental», y pone en ridículo las narices asiáticas, las narices afrocaribeñas y las narices orientales (en la nariz afrocaribeña, «la punta gruesa y redondeada requiere corrección» y en las orientales «la punta está demasiado cerca de la cara»). Y «la nariz occidental que requiere alteración invariablemente presenta algunas de las características de las narices no-blancas, aunque el trabajo de mejora requerido resulta más sutil». Las mujeres blancas, como las negras y las asiáticas, se someten a la cirugía no como respuesta a su vanidad, sino como respuesta a la discriminación racial.

Cuando comenzamos a analizar la Era Quirúrgica, parece que oímos el eco familiar de otro proceso de degradación. En 1938, los parientes de niños alemanes deformes solicitaban su muerte por misericordia. Reinaba una atmósfera en la que el Tercer Reich recalcaba, afirma Robert Jay Lifton, «el deber de ser sano», solicitaba de su pueblo la «renuncia al antiguo principio materialista del “derecho del cuerpo”» y caracterizaba a los enfermos y los débiles como «gente inútil que comía».

Recordemos el proceso de reclasificación y cómo se mueve, una vez comenzada la violencia, de lo limitado a lo extenso. Los médicos nazis comenzaron por esterilizar a la gente con minusvalías crónicas, luego a las que tenían defectos menores, y por fin la red atrapó a niños judíos sanos porque ser judío era en sí una enfermedad. La definición de la vida y de la enfermedad como algo prescindible no tardó en «hacerse vaga, generalizada y cada vez más difundida». Los «inútiles que comían» debieron someterse simplemente a una dieta sin grasas hasta que murieron de inanición. Estaban ya mal alimentados y la idea de dejar de nutrirlos estaba en el ambiente. Recordemos la calificación de partes de la mujer como lastimadas, insensibles, deformadas o muertas.

«Esta gente», declaraban los médicos nazis al referirse a los «indeseables», «ya está muerta». Un lenguaje que colocaba a los «no aptos» en una categoría inferior a la de vivos servía para tranquilizar su conciencia. Los denominaban «lastre humano», «vidas que no

merecían vivir», «cáscaras de seres humanos vacías». Recordemos el uso de la palabra «salud» para racionalizar el derramamiento de sangre. El punto de vista de los médicos se basaba en lo que Robert Jay Lifton llama la «inversión curar/matar», y enfatizaban la función terapéutica de matar a los niños deformes o débiles para curar el cuerpo político, «para asegurarse de que el pueblo comprendiera el potencial de sus dotes raciales y genéticas y revertir la decadencia racial».

Recordemos el lenguaje eufemístico de los cirujanos. Cuando los médicos alemanes eliminaban a los niños con una jeringa hipodérmica no se trataba de matarlos, sino de ponerlos a dormir. Recordemos luego las ínfulas burocráticas de los médicos no calificados. «El Comité del Reich para el Registro Científico de Enfermedades Hereditarias y Congénitas Graves daba la sensación de ser una formidable comisión médico-científica, aunque su director fuese un diplomado en economía agrícola… proporcionaba una ilusión de control médico contra los errores, cuando en realidad no se efectuaban exámenes u observaciones de ninguna clase.» Se justificaba la experimentación médica en individuos que «por ser menos que humanos pueden ser objeto de estudios, alteraciones, manipulaciones, mutilación o muerte… en definitiva, para servir… para rehacer la raza humana». Recordemos la sensibilidad entumecida. Tanto las víctimas como quienes experimentaban sobre ellas vivían en un estado de «extrema insensibilidad», ya que «en el ambiente de Auschwitz… se consideraba posible cualquier experimento».

Como escribe Robert Jay Lifton, «el médico… si no vive en una situación moral… donde los límites estén muy claros… es sumamente peligroso». Eugenesia, eutanasia… la raíz griega de estos términos significa «bello».

La deshumanización progresiva sigue un patrón desnudo y bien documentado. Para someterse a la cirugía estética es necesario creer, compartiendo el sentimiento de la sociedad, que ciertas partes del cuerpo no merecen vivir aunque continúen vivas. Estas ideas invaden la atmósfera general con su desagradable connotación de eugenesia, ya que el mundo del cirujano plástico se apoya en una supremacía biológica, algo que, se supone, las democracias occidentales no deben admirar.

La Doncella de Hierro se libera

Las mujeres están en peligro debido a su mal conocimiento de la Doncella de Hierro. Creen todavía que existe un punto en el que la cirugía se ve limitada por una silueta natural, la de la hembra humana «perfecta». Esto ha dejado de ser verdad. El «ideal» nunca ha tenido que ver con el cuerpo femenino y, de ahora en adelante, la tecnología puede permitir al ideal hacer lo que siempre buscó, dejar atrás totalmente el cuerpo de la mujer con el fin de usar clones para sus mutaciones en el espacio. El punto de referencia no es ya, por lo tanto, el cuerpo de la mujer.

Por fin el «ideal» se ha vuelto, enteramente inhumano. Una modelo señala en el *Cosmopolitan* que «el cuerpo ideal de hoy es musculoso y con pechos de gran tamaño». La naturaleza no crea mujeres con esas proporciones. En realidad, ellas han dejado de contemplar versiones de la Doncella de Hierro que representan el cuerpo femenino natural. «Hoy», dice Stephen Herman, del Albert Einstein College Hospital, «creo que casi todas las modelos de gran popularidad se han hecho aumentar las medidas del pecho en alguna operación». «Muchas modelos», admite otra revista femenina, «consideran una sesión con el cirujano plástico como parte de los requisitos del oficio». El festival de Miss América es observado por cincuenta millones de estadounidenses. En 1990, cinco participantes, entre ellas Miss Florida, Miss Alaska y Miss Oregón, fueron operadas por el mismos cirujano plástico de Arkansas. Las mujeres se comparan entre ellas y los hombres comparan a las jóvenes con una nueva raza que cabría llamar una no-mujer híbrida. Los atractivos naturales de la mujer nunca fueron el objeto del mito y por fin la tecnología ha logrado cortar el lazo. La mujer dice: «esto me hace sentirme mal» y el cirujano corta. Y ella pregunta: «¿Y esto de aquí?»; él corta.

El espectro del futuro no es que las mujeres sean esclavas, sino que sean robots. Se comenzará por una tecnología cada vez más refinada para la vigilancia del propio cuerpo, como el Futurex 5000, o Analizador de la Composición de Cuerpo de Holain, un aparato portátil para el análisis de la grasa con rayos infrarrojos y una computadora de mano que aplica corrientes eléctricas mediante electrodos colocados en las muñecas y los tobillos. Les seguirán las tecnologías que reemplazan un cuerpo femenino defectuoso y mortal pieza por pieza, con un artificio «perfecto». No se trata de ciencia-ficción. El reemplazo de las mujeres ha comenzado con la tecnología reproductiva. En Gran Bretaña y los Estados Unidos, la investigación ha comenzado ya a desarrollar una placenta artificial y ahora, según

los escritores científicos, «nos trasladamos hacia una era en que contaremos con el conocimiento científico y técnico para negar a las mujeres la oportunidad de reproducirse, o bien de hacerlo sólo si hacen uso del material genético de otros».

Es decir, que la tecnología existe para que las parejas acomodadas blancas alquilen el útero de mujeres pobres de cualquier raza para gestar a sus bebés blancos. Como la maternidad «estropea» la figura, esta imagen de la mujer rica contratando a una pobre para que lleve a cabo la poco elegante labor reproductiva es algo inminente. Por su parte, la cirugía estética nos ha dado pocos motivos para no dudar de que, una vez que exista la tecnología para ello, se presionará a las mujeres de pocos medios para que vendan material real de su cuerpo, pechos o piel, cabello o grasa, para servir a la reconstrucción de las ricas, como hoy se venden los órganos y la sangre. Si esto suena como un futurismo grosero, retrocedamos sólo diez años e imaginemos que nos hubieran dicho que la alteración en escala masiva del pecho de las mujeres tendría lugar tan pronto.

La tecnología proseguirá con la desestabilización del valor social del cuerpo humano. Están desarrollándose productos para determinar de antemano el sexo, con cifras de éxito del 70% al 80%. Cundo se disponga de ello, cabe esperar que, según las preferencias de sexo que se dan en todo el mundo, la proporción de mujeres bajará en picado. En un futuro próximo, advierte un grupo de científicos, «podría ser posible crear mujeres con cualidades especiales, como la pasividad y la belleza». Los implantes de pecho a medida son hoy una realidad, que permite a las mujeres adaptárselos según las preferencias de cada pareja. Los japoneses han inventado ya un robot perfeccionado, una geisha de tamaño natural cubierta de piel artificial.

Pero los primeros signos de la producción en masa del cuerpo femenino son todavía la excepción. En cambio la producción en masa de la mente femenina se extiende. Las mujeres son el sexo drogado: entre 1957 y 1967 el consumo de drogas psicotrópicas, como sedantes, tranquilizantes, antidepresivos y reductores del apetito, aumentó en un 80% y el 75% de los consumidores eran mujeres. En 1979 se extendieron 160 millones de recetas para el uso de tranquilizantes, más de 60 millones sólo de Valium. Del 60% al 80% de estas recetas fueron destinadas a mujeres. El abuso del Valium aparece como el más habitual de los problemas de drogas tratados por los servicios de urgencia de los hospitales. En Gran Bretaña y en los Estados Unidos, las mujeres consumen el doble de tranquilizantes que los hombres. En Canadá es un hecho escandaloso la prescripción excesiva de tranquilizantes a las mujeres. En los tres países, ellas son las

principales pacientes sometidas a la terapia de electroshock, a la psicocirugía y a las drogas psicotrópicas.

Esta historia reciente de las mujeres como elementos de laboratorio farmacéutico prepara el escenario para una nueva era de «cosméticos farmacéuticos», incluidos los antidepresivos de Industrias Lilly y la droga Fluoxetina, que espera ser aprobada por la FDA y que se venderá en el mercado como una píldora para perder peso. El *Guardian* informa de que otra droga, la efedrina, afín a la adrenalina, acelera el metabolismo y una tercera, DRL26830A, hace adelgazar al paciente, aunque provoca «temblores transitorios». Si bien existe, desde luego, «cierta preocupación entre la industria farmacéutica por que puedan crear serios problemas éticos», los representantes de la industria están ya preparados para seguir «sembrando el terreno... con usos cosméticos más que médicos». Las mujeres consumen drogas, según afirma una compañía citada en el artículo, «para que las vean como femeninas. La mujer femenina... es esbelta, pasiva, deferente con los hombres, y nunca exhibe emociones tales como el enfado, la frustración o la combatividad». La nueva ola de estimulantes del estado de ánimo con fines cosméticos puede resolver definitivamente el problema de las mujeres, cuando lleguen a drogarse hasta alcanzar un estado de perfecta alegría, amabilidad, pasividad y delgadez crónicamente sedada.

Cualquiera que sea la amenaza del futuro podemos estar razonablemente seguros de los siguiente: las mujeres en su estado «primitivo» o «natural» continuarán pasando de la categoría de «mujer» a la categoría de «fea», y su vergüenza las llevará a integrarse a una línea de identidad física para todas. A medida que cada una responda a la presión, ésta se hará tan intensa que será obligatorio para todas incorporarse a la masa, hasta que ninguna mujer que se respete se aventure a salir a la calle con una cara que no haya sido quirúrgicamente alterada. El mercado libre competirá para cortar cuerpos a un menor precio, aunque con menos limpieza, con una cirugía sin adornos realizada en los sótanos de clínicas de saldo. En esta atmósfera, es cuestión de tiempo antes de que sea realidad que los médicos modifiquen el clítoris, cosan la vagina para que quede más estrecha, aflojen los músculos del cuello y supriman el reflejo de la risa. Los cirujanos de Los Ángeles han desarrollado e implementado piel transparente, a través de la cual es posible observar los órganos internos. Es, según dice un testigo, «la máxima expresión del voluntarismo».

El robot está en la puerta. ¿Es ése el futuro?

VIII. Más allá del mito de la belleza

¿Podemos concebir otro futuro en el que el robot muera y nosotras estemos hermosamente vivas?

El mito de la belleza contrarrestó las nuevas libertades de la mujer trasladando las restricciones sociales de la vida de las mujeres directamente a nuestras caras y cuerpos. Como respuesta, debemos preguntarnos ahora cuál es nuestro lugar en nuestro propio cuerpo, tal como nos preguntábamos hace una generación, cuál era nuestro lugar en la sociedad.

¿Qué es una mujer? ¿Acaso es lo que hacen de ella? ¿Tiene valor su vida y su experiencia? Si lo tienen, ¿debe sentirse avergonzada por mostrarlas? ¿Por qué ha de ser tan maravilloso tener aspecto juvenil?

La idea de que el cuerpo de la mujer tiene unos límites que no debemos violar es relativamente nueva. Es evidente que no la hemos llevado lo bastante lejos. ¿Cabe extenderla? ¿O somos las mujeres el sexo dócil, innatamente adaptado a que lo moldeen, lo corten y lo sometan a la invasión física? ¿Merece nuestro cuerpo la misma valoración de integridad que tiene el del hombre? ¿Hay alguna diferencia entre la moda en el vestido y la moda en el cuerpo femenino? Suponiendo que algún día se pueda modificar a un bajo precio, sin dolor y sin riesgos, ¿debe ser ésta la meta que buscamos? ¿Deseamos la extinción de la expresividad que confieren la madurez y la vejez? ¿No perdemos nada si esto ocurre?

¿Es importante la identidad de una mujer? ¿Hay que obligarla a adquirir el aspecto de otra persona? ¿Hay algo explícitamente grosero en la textura de la carne femenina? La inferioridad de su carne pasa a ocupar el lugar de inferioridad de su mente en épocas anteriores. Las mujeres hemos afirmado que nuestra mente no tenía nada de inferior. ¿Es nuestro cuerpo realmente inferior?

¿Es la belleza realmente sinónimo de sexualidad? ¿Corresponde la sexualidad de una mujer con su aspecto? ¿Tiene derecho al goce sexual y a la autoestima por su condición de persona, o debe ganarse tal derecho a través de la belleza, como lo hacía antes a través del matrimonio? ¿Qué es la sexualidad femenina? ¿Qué aspecto tiene? ¿Tiene relación con la forma en la que representan las imágenes comerciales? ¿Es algo que las mujeres deban adquirir como quien compra un producto? ¿Qué hace realmente que un hombre y una mujer se atraigan mutuamente?

¿Somos bellas las mujeres o no? Por supuesto que los somos. Pero no lo creemos realmente tal como necesitamos creerlo hasta que comencemos a dar los primeros pasos más allá del mito de la belleza. ¿Significa todo esto que no podemos pintarnos los labios sin sentirnos culpables? Al contrario, significa que debemos separar del mito todo lo que éste ha cercado y retenido en calidad de rehén: la sexualidad femenina, las relaciones estrechas entre las mujeres, el deleite frente a lo visual, el placer sensual de los tejidos, las formas y los colores, todo lo que nos divierte a las mujeres, limpio o no. Podemos disolver el mito y sobrevivir a él con sexo, amor, atracción y estilo, no solamente intactos, sino más florecientes y vibrantes que antes. No ataco nada de lo que nos hace sentirnos bien, sino lo que nos hace sentirnos mal desde el principio. Todas deseamos ser deseables y sentirnos bellas.

Pero, desde hace uno 160 años las mujeres educadas de la clase media han vivido dominadas por diversos ideales de perfección femenina. Esta antigua táctica obtuvo resultados al apoderarse de lo mejor de la cultura femenina y cargarla con las exigencias más represivas de las sociedades dominadas por los hombres. Éstos se impusieron sobre el orgasmo femenino en los años veinte, sobre el hogar, los hijos y la familia en los cincuenta y sobre la cultura de la belleza en los ochenta. Merced a esta táctica, en cada generación perdemos el tiempo discutiendo acaloradamente los síntomas en lugar de buscar cuál es la enfermedad.

Este mecanismo de promoción de ideales que responden a unos intereses creados, descrito con elocuencia en los trabajos de Barbara Ehrenreich y de Dierdre English, se puede observar en toda la extensión de nuestra historia reciente. Debemos aplicarla al mito de la belleza de una vez por todas, pues de lo contrario, tan pronto como logremos destruirlo, una nueva ideología lo reemplazará. El mito de la belleza no tiene que ver, en definitiva, con el aspecto, la dieta, la cirugía o los cosméticos, como tampoco la «Mística Femenina» se refería al trabajo doméstico. Nadie entre los responsables de estos mitos de la feminidad de cada generación se preocupa realmente en lo más mínimo por los síntomas.

Los arquitectos de *la Mística Femenina* no creían, en realidad, que un suelo limpio como un espejo reflejase alguna virtud cardinal de las mujeres. Dentro de mi propia generación, cuando la idea de los trastornos psíquicos menstruales fue objeto de una torpe resurrección como recurso extremo para frenar las demandas del movimiento femenino, nadie creía de verdad en la incapacidad menstrual en sí. Del mismo modo, al mito de la belleza no le interesa nada cuánto pesamos, ni cuál es la textura de nuestro pelo o la suavidad de nuestra

piel. Sospechamos que si todas volviésemos a casa mañana y dijésemos que en realidad aquello no iba en serio, que renunciamos a los empleos, la autonomía, los orgasmos y el dinero, el mito aflojaría de inmediato su asedio y nos molestaría mucho menos.

Comprenderlo en estos términos facilita una visión más clara y un análisis mejor de las verdaderas cuestiones que se ocultan bajo los síntomas. Así como al mito no le preocupó el aspecto de las mujeres mientras se sentían feas, debemos entender que no importa en lo más mínimo qué aspecto tenemos mientras nos sintamos bellas.

La verdadera cuestión no está en si nos maquillamos o no, si aumentamos de peso o lo perdemos, si nos operamos la cara o no, si hacemos de nuestra ropa, cara y cuerpo unos objetos de arte o si no nos ponemos ni un adorno. *El verdadero problema es nuestra falta de elección.*

Bajo la influencia de la Mística Femenina, virtualmente todas las mujeres de la clase media vivían una actitud compulsiva hacia la domesticidad, cualesquiera que fuesen sus inclinaciones individuales. Hoy cuando este concepto ya no está de moda, las mujeres personalmente inclinadas a llevar una casa impecable lo hacen mientras que las que no sienten este interés cuentan con opciones (relativamente) más variadas. Algunas nos volvimos muy poco domésticas, y no ha significado el fin del mundo. Si se destruye el mito, nuestra relación con la cultura de la belleza podría llegar a una situación semejante, mucho más sensata, pero aún muy lejana.

El problema de los cosméticos surge solamente cuando las mujeres se sienten invisibles o inútiles sin ellos. El problema de hacer gimnasia existe sólo si las mujeres se odian a sí mismas cuando no la hacen. Cuando se sienten obligadas al cuidado de su físico para proteger su identidad, cuando pasan hambre para conservar su empleo, cuando deben buscarse un amante para poder cuidar de sus hijos, entonces es cuando saben que la «belleza» duele. Porque lo que duele en el mito de la belleza no es el adorno o la sexualidad reprimida, o el tiempo que dedican a su físico, o el deseo de atraer a un amante. Muchos animales se cuidan el cuerpo y todas las culturas recurren al adorno. Los términos cuestionados no son «natural» y «antinatural». La verdadera lucha se libra entre el dolor y el placer, la libertad y la obligación.

Los trajes de fantasía y los disfraces serán alegres y divertidos cuando las mujeres cuenten con una identidad sólida como una roca. La ropa que destaque la sexualidad de la mujer será algo normal cuando su

sexualidad se encuentre bajo su propio control. Cuando esta sexualidad se afirme en toda su plenitud como una pasión legítima que surja de nuestro interior y pueda dirigirse sin estigmas hacia el objeto elegido de nuestro deseo, las prendas sexualmente expresivas o los gestos que tengamos no podrán ser usados ya en nuestra contra, para avergonzarnos, culparnos o hacernos blanco del acoso brotado del mito de la belleza.

El mito propuso a las mujeres una falsa elección. ¿Qué debo ser, sexual o seria? Debemos rechazar este dilema falso y rebuscado. Se considera que la sexualidad del hombre se realza con su seriedad. Ser al mismo tiempo una persona seria y un ser sexual es algo plenamente humano. Volvámonos contra quienes nos proponen una estafa y neguémonos a creer que al elegir un aspecto del yo debemos renunciar al otro. En un mundo en el que las mujeres tengan verdaderas opciones, lo que hagan respecto de su propio aspecto pasará a ser por fin visto como lo que es realmente: algo sin mayor importancia.

Las mujeres podemos adornarnos despreocupadamente con objetos bonitos cuando quede bien establecido que nosotras no somos objetos. Quedaremos liberadas del mito de la belleza cuando nos sea posible utilizar nuestro cuerpo, nuestra cara y nuestra ropa como simples formas de expresión de nosotras mismas dentro de una extensa gama de opciones. Podemos vestirnos con elegancia por nuestro propio placer, pero a la vez debemos defender nuestros derechos en voz alta.

Muchos autores han intentado tratar los problemas de la fantasía, el placer y el *glamour* eliminándolos de la Utopía femenina. Pero el *glamour* no es más que una prueba de la capacidad humana de sentirse hechizado y no es en sí destructivo. Necesitamos de él, pero con otra definición. No podemos combatir una religión represiva mediante el ascetismo, ni la mala poesía con ausencia total de poesía. Sólo podemos combatir el placer doloroso mediante el placer puro.

Pero no debemos ser ingenuas. Estamos tratando de crear nuevos significados para la belleza en un mundo que no quiere que tengamos éxito. Para adoptar el aspecto físico que más nos agrade y para que nos oigan como merecemos que nos oigan, necesitaremos nada menos que una tercera ola feminista.

La palabra

La dificultad en cualquier debate sobre el mito de la belleza es el hábil recurso que éste utiliza: castiga virtualmente a cualquier mujer que intente abordar el tema sometiéndola a un severo escrutinio de su aspecto. Es sorprendente hasta que punto aceptamos este castigo implícito. Conocemos bien su mecanismo. Cualquiera que sea el aspecto de una mujer, se le utilizará para menoscabar lo que dice y para individualizar, como si se tratase de un problema personal, las observaciones que haga sobre los aspectos del mito de la belleza en nuestra sociedad.

Lamentablemente, como los medios de comunicación tienen la práctica habitual de referirse al aspecto de las mujeres de tal modo que banalizan o desacreditan lo que éstas dicen, se disuade a las lectoras o a las telespectadoras de identificarse con las mujeres que están en un cargo público, alcanzando así la meta máxima del mito de la belleza. Siempre que dejamos de escuchar el mensaje de una mujer en la televisión o en la prensa porque nos dirigen la atención hacia su figura, su maquillaje, su peinado o sus ropas, está actuando el mito con total eficacia.

Para una mujer, pasar al ámbito público significa afrontar un extenso escrutinio físico que por definición, como hemos visto ya, ninguna puede aprobar. Para ella, hablar sobre el mito de la belleza, o sobre cuestiones femeninas en general, significa que no tendrá nunca el aspecto adecuado. En estas circunstancias siempre se le pondrá una etiqueta. Dirán de ella que es «demasiado fea» o «demasiado guapa» para poder creerla. Desde el punto de vista político, este recurso funciona bien. Con frecuencia, hoy en día cuando las mujeres mencionan sus razones para no comprometerse más con los grupos y movimientos feministas, suele argumentar diferencias no referidas a los programas o a la visión del mundo, sino a aspectos estéticos o de estilo personal. Si no perdemos nunca de vista los orígenes antifeministas y los objetos reaccionarios de esta manipulación de nuestra atención, podremos vencer el mito. Para nosotras, rechazar esta insistencia en que el aspecto de una mujer es su discurso, aprender a escucharnos mutuamente más allá del mito constituye en sí un paso político hacia adelante.

Culpa

La culpa es el combustible que alimenta el mito de la belleza. Para destruirlo, dejemos para siempre de culparnos a nosotras mismas y a otras mujeres por lo que él, con su enorme fuerza, ha intentado hacer. El cambio más importante para alcanzar este objetivo es el siguiente: cuando alguien, en el futuro, intente utilizar el mito en nuestro perjuicio, debemos abstenernos de buscar en el espejo en qué nos hemos equivocado. Podremos organizarnos contra la discriminación en el empleo sobre la base exclusiva del aspecto personal sólo si nos detenemos a analizar las reacciones habituales ante estas quejas («Bueno, ¿por qué te pusiste ese suéter tan ceñido?» «Vamos, ¿por qué no hacer algo con tu aspecto?») y las rechazamos. No podremos hablar del mito mientras no tengamos una convicción profunda de su mecanismo y de que, cuando nos consideran demasiado feas o demasiado bonitas para hacer lo que deseamos, nuestro aspecto no tiene nada que ver con estos juicios. El valor para hablar públicamente contra el mito surgirá cuando tengamos presente que los ataques o las lisonjas sobre nuestro aspecto en público no son culpa nuestra. Todo es un asunto impersonal y político.

Las respuestas reflejas que se han desarrollado para mantenernos en silencio crecerán, sin duda, en intensidad. «Para ti es fácil decirlo.» «Eso pasa por ser vanidosa.» «Con razón es feminista. Mírala.» «¿Qué te hace pensar que el silbido de admiración se dirigía a ti?» «¿Qué quiere, si se viste así?» «Te gustaría, ¿no?» «No te envanezcas.» «Eres demasiado bonita para ser feminista.» «Ya no hay excusas para que una mujer muestre la edad que tiene.» «¿Demasiado verdes las uvas?» «Insignificante.» «Tonta.» «Le está sacando un buen partido.» El reconocimiento de tales comentarios como lo que son puede facilitar la tarea de afrontar la lisonja activa o los insultos, o ambas cosas, para que provoquemos por fin escenas largamente postergadas.

Será difícil. Hablar del mito es como tocar un nervio que, para la mayoría de nosotras, está en cierto modo desprotegido. Nos hará falta tener comprensión de nosotras mismas y de todas las demás para abrigar emociones tan profundas sobre «belleza», y deberemos mostrar una gran sensibilidad frente a estas emociones. Si el mito es religión, es porque aún carecemos de rituales que nos incluyan. Si es economía, es porque nuestros sueldos son injustos. Si es sexualidad, es porque la sexualidad femenina es aún un continente inexplorado. Si es un asunto bélico, es porque se nos niega la forma de vernos a nosotras mismas como heroínas, aventureras, estoicas, rebeldes. Si es cultura femenina, es porque la cultura masculina sigue resistiéndose a nuestra

participación. Cuando reconozcamos que el mito es poderoso porque ha reclamado una buena parte de lo mejor de la conciencia femenina, podremos apartarnos de él y analizar con mayor claridad lo que ha intentado representar.

Una tercera ola feminista

Aquí estamos, pues. ¿Qué debemos hacer?

Debemos desarmar el RBP, apoyar la sindicalización de las mujeres trabajadoras, hacer que el acoso de la «belleza», la discriminación por motivos de edad, las condiciones de trabajo peligrosas, así como la cirugía obligatoria y el doble criterio en cuanto al aspecto personal sean temas para la negociación laboral. Las mujeres en la televisión y en otras profesiones intensamente discriminatorias deben organizarse para entablar juicio tras juicio. Debemos insistir en la igualdad en el cumplimiento de las normas de atuendo profesional, tomar aliento y contar nuestras experiencias.

A menudo se afirma que debemos obligar a la moda y la publicidad a que nos incluyan en sus imágenes, pero ésa es una interpretación peligrosamente optimista del funcionamiento del mercado. La publicidad dirigida a las mujeres sólo funciona cuando socava su autoestima. Si la halaga, no es eficaz. Renunciemos a la esperanza de contar con que el catálogo de normas del mito nos incluya completamente. No nos incluirá porque, de hacerlo, no tendría ya función alguna. Mientras la definición de «belleza» provenga de factores externos a la mujer, seguiremos siendo objeto de su manipulación.

Habíamos reclamado la libertad de envejecer y retener nuestra sexualidad, pero es aspiración cobró los ribetes rígidos de la consigna de envejecer «juvenilmente». Comenzamos luego a usar ropa cómoda, pero la incomodidad volvió a instalarse en nuestro cuerpo. La belleza «natural» de los años setenta se convirtió en icono de sí misma. La belleza «saludable» de los ochenta provocó una epidemia de nuevas enfermedades y la «fuerza como belleza» nos hizo a las mujeres esclavas de nuestros músculos. Este proceso continuará con cada esfuerzo que despleguemos por reformar el código del mito, hasta que logremos cambiar completamente nuestra relación con él.

El mercado no es un ambiente abierto a la creación de una nueva conciencia. Atacar las imágenes mismas de este mercado significa malgastar nuestra energía. En vista de la historia reciente, era inevitable que se desarrollasen como lo han hecho.

Si bien no podemos modificar directamente estas imágenes, podemos quitarles su poder. Podemos darles la espalda, mirarnos las unas a las otras y buscar imágenes de belleza alternativas en una subcultura femenina; buscar las obras teatrales, música y películas que realzan el

brillo de la mujer en tres dimensiones; hallar biografías de mujeres, conocer su historia y las heroínas que en cada generación quedan sumergidas y fuera de nuestra vista; llenar los terribles vacíos de la «belleza». Podemos salvarnos de nuestra inmersión en el mito, pero sólo si estamos dispuestas a explorar, apoyar y buscar seriamente las alternativas.

Dado que la perspectiva de nuestra visión imaginaria adquiere un desteñido tono gris cuando tratamos de pensar más allá del mito, las mujeres necesitamos la ayuda cultural para imaginar nuestro camino hacia la libertad. A través de la mayor parte de nuestra historia, la representación de la mujer, de nuestra sexualidad y de nuestra verdadera belleza no ha estado en nuestra manos. Al cabo de sólo veinte años del gran salto hacia adelante, periodo en el que las mujeres trataron de definir por sí solas todos estos valores, el mercado, con mayor influencia que la de cualquier artista individual, tomó a su cargo la definición de nuestras aspiraciones. ¿Vamos a dejar que esas máquinas llenas de odio hacia las mujeres se apropien de nuestra sexualidad para que alguien gane dinero con ellas? Debemos insistir en transformar nuestras aspiraciones en cultura. Creemos pintura, novelas, obras teatrales y películas tan potentes, seductoras y auténticas que socaven y aniquilen a la Doncella de Hierro. Por último, extendamos esta cultura de manera que separe la sexualidad de la Doncella medieval.

Al mismo tiempo, no debemos olvidar la fuerte censura impuesta por la publicidad de la belleza sobre nuestra cultura de masas. Mientras la televisión y la prensa dirigida a las mujeres cuenten con el apoyo de los anunciantes de la belleza, el argumento sobre cómo son las mujeres dentro de dicha cultura será dictado por el mito. No hacen falta directivas para saber que hay pocas probabilidades de crear historias sobre personajes femeninos admirables y «sin procesar». Si pudiéramos ver a una mujer de sesenta años, que aparentase su edad, leyendo las noticias, se abriría una gran fisura en el mito de la belleza. Entretanto, insistamos una vez más en que el mito gobierna las ondas informativas sólo porque los productores del proceso son los que compran el tiempo.

Por último, debemos mantener siempre alerta nuestra mirada analítica. Tener conciencia de que lo que da forma a la Doncella de Hierro puede afectar la manera en que vemos, absorbemos y respondemos a sus imágenes. Cuando se ha formado esta conciencia, no tardan en adquirir el aspecto de lo que son en realidad, bidimensionales. Quedan literalmente aplastadas. Cuando nos resulten aburridas, cambiarán para adaptarse al cambio del estado de ánimo

femenino. El publicista no puede influir en una línea de propaganda si no cuenta con una audiencia. En respuesta al tedio de las mujeres, los creadores de la cultura se verán obligados a presentar imágenes tridimensionales de mujeres si desean volver a interesarnos. Las mujeres pueden provocar, con su repentino aburrimiento frente a la Doncella de Hierro, una cultura de masas que realmente nos trate como a seres humanos.

En la transformación del ámbito cultural, las mujeres que trabajan en los medios de comunicación de gran alcance constituyen una decisiva vanguardia. He oído a muchas de ellas expresar su frustración frente a las limitaciones con que se tratan las cuestiones relacionadas con el mito de la belleza. Muchas hablan del aislamiento que resulta de cualquier intento de romper estos límites. Es posible que una reanudación del debate en un plano más político, con un énfasis en la gravedad de sus consecuencias, permita forjar nuevas alianzas en apoyo de todas esas mujeres de la prensa, la televisión y la radio empeñadas en luchar contra el mito comenzando por sus bases mismas.

Tan pronto como logremos elaborar una contracultura con imágenes de belleza plenas de significado, veremos con cuánta rapidez la Doncella de Hierro comienza a verse como una imagen de antipática violencia y cómo surgen imágenes alternativas.

«Rosemary Fell no era exactamente hermosa. No, no se la podía llamar hermosa. ¿Bonita? Tal vez, si la separabas en pedazos... Pero ¿por qué ser tan cruel de cortar a nadie en pedazos?» (Katherine Mansfield). «Lily veía su belleza como algo sin sentido, ya que no le proporcionaba nada en cuanto a pasión, liberación, afinidad o intimidad...» (Jane Smiley). «Era una belleza sorprendente... La belleza tenía ese precio... aparecía con demasiada rapidez, llegaba demasiado completa... Inmovilizaba la vida, la congelaba. Uno olvidaba las pequeñas agitaciones, el rubor, la palidez, alguna leve distorsión, una luz, o una sombra que hacía reconocible un rostro por un instante y, sin embargo, añadía una cualidad que quedaba visible para siempre. Era más simple emparejarlo todo bajo la cubierta de la belleza...» (Virginia Woolf). «Si hay algo detrás de una cara, esa cara mejora con la edad. Las arrugas muestran distinción y carácter. Muestran que uno ha vivido, que uno tal vez sabe algo» (Karen de Crow). «Aunque tenía ahora más de cincuenta años... era fácil dar crédito a todo lo que uno había oído decir sobre las pasiones que había inspirado. Las mujeres que han sido muy amadas conservan aún en la vejez una cualidad radiante que cuesta describir, aunque es inconfundible. Hasta la piedra que ha recibido calor durante todo el día retiene su calidez

cuando cae la noche… Es tibieza radiante» (Dame Ethyl Smyth).

El culto a la belleza es prueba de un anhelo espiritual de rituales y ritos de pasaje femeninos. Para llenar este vacío necesitamos elaborar y desarrollar mejores rituales propios. ¿Podemos extender nuestra evolución rodeándonos de amigas, de grupos de amigas, con fecundos ritos nuevos y celebraciones del ciclo de la vida de la mujer? Celebramos nuestra maternidad y nuestra boda, pero ¿qué lugar ocupan la purificación, la confirmación, la recuperación de una enfermedad, las ceremonias de renovación por la maternidad, la primera menstruación, la pérdida de la virginidad, la graduación, el matrimonio, la recuperación de una ruptura sentimental o de un divorcio, la obtención de un diploma, la menopausia? Sea cual fuere su organización, no son necesarias estas celebraciones en las que se festejen distintos momentos de nuestras vidas, todos nuevos y constructivos, nunca negativos.

Para proteger nuestra sexualidad del mito, podemos adquirir fe en la importancia de amar, cuidar y mimar nuestra sexualidad como lo haríamos con un niño o un animal. No es algo inerte ni que esté ya dado, sino que, como cualquier ente vivo, cambia según se le alimenta. Podemos alejarnos de las imágenes de violencia gratuita o represiva, y si nos encontramos con ellas, hemos de tratar de verlas como tales. Vayamos en busca de los sueños y visiones de una sexualidad libre de explotación y de violencia, y mantengamos una atención constante sobre lo que capta nuestra imaginación, tal como la tenemos sobre lo que entra en nuestro cuerpo.

En este momento es difícil visualizar un erotismo basado en la igualdad. Los juicios sobre la sexualidad tienden a contentarse con la idea de que no es susceptible de una evolución. Sin embargo, para la mayoría de las mujeres, las fantasías de «cosificación» o de violencia son algo que han aprendido a través de imágenes superficiales. Con la misma facilidad podemos olvidarlas cuando conscientemente demos la vuelta a nuestro condicionamiento y establezcamos una asociación repetida entre el placer y le reciprocidad. En nuestro concepto de belleza sexual caben muchas más transformaciones de las que sospechamos.

Necesitamos, en particular en el caso de las generaciones anoréxico-pornográficas, un nuevo acercamiento radical a la desnudez. Muchas mujeres han descrito la revelación arrolladora que supuso para ellas la experiencia comunitaria de un grupo femenino de nudismo. Es fácil adoptar una actitud de burla frente a esto, pero el medio más rápido de desmitificar a la Doncella de Hierro es promover vacaciones,

festivales o excursiones que incluyan el nudismo comunitario ya sea para nadar, tomar el sol o simplemente descansar. Los grupos masculinos, desde las hermandades universitarias hasta los clubes deportivos, conocen bien el valor, la cohesión y el respeto del propio sexo que se derivan de tales actividades. Una sola revelación de la belleza presente en nuestra infinita variedad vale mucho más que las palabras. Una sola de estas experiencias tiene suficiente fuerza, sobre todo entre las adolescentes, para desafiar a la Doncella de Hierro.

Frente al mito, las preguntas a formular no se refieren a la cara o al cuerpo, sino a las relaciones de poder en esta situación. ¿A quién sirve? ¿Quién lo dice? ¿Quién se beneficia? ¿Cuál es el contexto? Cuando alguien habla del aspecto de una mujer delante de ella, ésta debería preguntarse: ¿Es que es asunto suyo? ¿Son iguales las relaciones de poder? ¿Se sentiría cómoda ella, si hiciese, a su vez, los mismos comentarios sobre esa persona?

Es más frecuente llamar la atención sobre el aspecto de una mujer por razones políticas que por el hecho de que sea considerada auténticamente atractiva y deseable. Podemos aprender a perfeccionar nuestra capacidad para distinguir entre ambas actitudes. Por otra parte, no es necesario condenar la sensualidad, la seducción y el atractivo físico, fenómenos mucho más democráticos y subjetivos de lo que el mercado quisiera. Lo que debemos rechazar es su manipulación política.

La ironía reside en que una mayor belleza promete lo que sólo puede proporcionar una mayor solidaridad. El mito sólo podrá ser vencido definitivamente mediante el surgimiento vigoroso del activismo político centrado en la mujer de la década de los setenta, una Tercera Ola Feminista que deberá actualizarse para incluir los problemas de los noventa. En esta década y especialmente para las mujeres jóvenes, algunos de los enemigos se muestran más cautelosos, más listos y más difíciles de localizar. Lograremos la incorporación de las jóvenes cuando definamos nuestra autoestima como una cuestión política: al igual que el dinero, el trabajo, el cuidado de los niños o la seguridad, la autoestima es un recurso vital para las mujeres que nos están escamoteando deliberadamente.

No pretendo tener el programa para realizarlo. Sólo sé que algunos de los problemas han cambiado. He llegado así a la convicción de que existen millares de jóvenes preparadas e impacientes por unir sus fuerzas a una Tercera Ola Feminista conducida por sus contemporáneas y dispuestas a encarar, junto con el clásico programa feminista, los nuevos problemas surgidos del cambio de *Zeitgeist* y del

ataque del mito de la belleza. El movimiento debería abordar las ambigüedades de la asimilación: las mujeres jóvenes expresan sentimientos de temor y de aislamiento, como seres «encerrados», en oposición a los «de fuera», furiosos y unidos. Desde el punto de vista del mito, esta distinción de los dos bandos es útil: la mejor manera de detener una revolución es dar a la gente algo que perder. Deberá politizar los trastornos en su alimentación, su intensa relación con las imágenes y el efecto de éstas sobre su sexualidad. Deberá destacar la imposibilidad de las mujeres de tener derechos sobre sus cuerpos si no pueden comer. Deberá analizar la propaganda antifeminista heredada por las jóvenes y darles instrumentos, como los que proponemos aquí, para captar la verdad. Si bien hay que transmitirles la preciosa herencia del feminismo intacta, este movimiento deberá ser, como todas las luchas feministas, conducido por sus contemporáneas. Por sabios que sean los consejos de nuestras madres, sólo escuchamos a las personas de nuestra misma edad. La alegría, el bullicio y las celebraciones deben ser parte del proyecto tanto como el trabajo duro y la lucha encarnizada. Todo ello podrá iniciarse con el rechazo de la perniciosa mentira que contiene a la juventud, la mentira llamada «Postfeminismo» con su falsa esperanza de haber ganado ya todas nuestras batallas. La temible expresión forjada hace que muchas mujeres jóvenes que afrontan los mismos problemas de siempre vuelvan a culparse a sí mismas. Todo está ya arreglado... ¿O no? Así se ven privadas del arma de la teoría y una vez más se sienten solas. No volvamos, pues, a hablar en términos tolerantes del Posfeminismo.

Las mujeres aprendimos a anhelar la «belleza» en su forma actual porque al mismo tiempo estábamos descubriendo que la lucha feminista sería mucho más dura de lo que habíamos imaginado. La ideología de la belleza era una promesa que ofrecía un atajo en el camino de las activistas, un placebo histórico según el cual podríamos ser confiadas, valoradas, escuchadas, respetadas, y además, plantear nuestras demandas sin temor. (En realidad es dudoso que la belleza sea la auténtica meta deseada.) Podemos desearla como un medio de volver a ocupar el interior de nuestro cuerpo, y aspiramos a la perfección para así podernos olvidar de una vez de esta historia. La mayoría, si tuviese elección, optaría por una individualidad sexual y valerosa en lugar de elegir ser la bella y genérica Otra.

La publicidad sobre belleza nos promete ese valor y esa libertad: «Ropa de playa para mujeres hermosas y osadas», «Aspecto fresco y valeroso», «Luchadoras por la Libertad, para la mujer que no teme hablar en voz alta y destacarse». Pero este valor y esta confianza no serán una realidad hasta que no estén respaldados por los progresos materiales que alcanzaremos sólo cuando veamos a las otras mujeres

como aliadas y no como rivales.

Los años ochenta intentaron sobornarnos con la promesa de soluciones individuales. Estamos ya en el limite de lo que la versión individualista del progreso femenino ofrecida por el mito puede hacer por nosotras, y no es suficiente. Seguiremos siendo el 2% de los ejecutivos de primer nivel y el 5% de los profesores titulares y el 5% de los socios principales si no nos unimos para el próximo gran esfuerzo. Los pómulos más salientes y el busto más erguido no nos darán, obviamente, lo que necesitamos para asegurarnos una mayor confianza en nosotras mismas y una mayor resistencia. Alcanzaremos este objetivo sólo mediante el renovado compromiso de alcanzar las metas básicas del progreso político de la mujer: los programas de asistencia infantil, una legislación antidiscriminatoria eficaz, los permisos por maternidad, la libertad de opción en materia reproductiva, los salarios justos y el castigo adecuado para la violencia sexual. No es posible obtener todo esto mientras no identifiquemos nuestros intereses con los de las demás mujeres y no dejemos que nuestro natural espíritu solidario venza los obstáculos de organización que plantean la competencia y la rivalidad provocados artificialmente por la ofensiva del mito.

La terrible verdad es que, si bien el mercado promueve el mito, éste perdería efectividad si nosotras no lo aplicásemos las unas con las otras. Para que una de nosotras venza, debe contar con el apoyo de las demás. El cambio más difícil, y el más necesario, no se referirá a los hombres ni a los medios de comunicación, sino a las mujeres, a nuestra conducta hacia las demás, a la forma en que las vemos y nos comportamos con ellas.

Colaboración generacional

Los lazos entre las generaciones deben recomponerse para salvarnos las unas a las otras del mito de la belleza y salvar nuestro progreso de su pasado destino histórico. Es como reinventar periódicamente la rueda. Gill Hudson, editora de *Coompany*, revela el grado hasta el cual el ataque del mito de la belleza ha concentrado su propaganda en la juventud. Las mujeres jóvenes, según afirma, «no quieren en modo alguno que se las conozca como feministas», porque «el feminismo no se considera sexy». Sería absurdo y lamentable que en el futuro próximo las mujeres deban librar nuevamente las viejas batallas desde el principio sólo porque están separadas de las mujeres mayores. Sería además patético verlas volver a los comienzos por haber sido engañadas por esa compaña poco original de los últimos veinte años en favor de una imagen del movimiento femenino como poco sexy, una campaña dirigida a hacer olvidar a estas jóvenes quiénes fueron las que lucharon por que el sexo fuera sexy.

Como nuestras instituciones no van a alentar a las jóvenes para que se unan, no tenemos otro medio para superar el mito que explorar activamente otros modelos de roles más útiles que los propuestos por las revistas femeninas. Necesitamos contacto intergeneracional. Necesitamos ver las caras de las mujeres que hicieron posible nuestra libertad; ellas necesitan oír nuestro agradecimiento. Las jóvenes padecen de una peligrosa falta de «atención maternal» y están desprotegidas, sin guía, sin modelos y mentores. La obra y la experiencia de las mujeres mayores ganará terreno e influencia cuando las compartan con las estudiantes, las aprendizas, las que se inician en su carrera. Sin embargo ambas generaciones deberán resistir los ataques externos que se opondrán a esta colaboración intergeneracional. De jóvenes nos educan para que huyamos de toda identificación con las mujeres mayores. Ya mayores, solemos ser intolerantes con las más jóvenes y las vemos con impaciencia y desdén. El mito de la belleza está diseñado artificialmente para que las distintas generaciones de mujeres se enfrenten las unas a las otras. Si estrechamos conscientemente los lazos entre mujeres, descubriremos la dimensión completa de nuestra vida que el mito se empeña en ocultarnos.

Divide y vencerás

El hecho es que las mujeres no son un peligro las unas para las otras. Fuera del mito, las otras mujeres son, en gran medida, aliadas naturales. Para enseñarnos a temernos fue necesario convencernos de que nuestras hermanas poseen alguna arma misteriosa, potente y secreta que usarán para agredirnos. Esta arma imaginaria se llama «belleza».

La esencia del mito, y el motivo de su gran eficacia contra el feminismo es su capacidad de dividir. Lo vemos y lo oímos en todas partes. «No me odies por mi belleza» (L'Oreal). «Realmente odio a mi profesora de aerobic... el odio debe ser una buena motivación.» «La odiarías. Lo tiene todo.» «Las mujeres que son bonitas cuando se levantan de la cama me fastidian.» «Es como para odiar a esas mujeres que pueden comer así.» «Ni un poro abierto... Me pone enferma.» «Alta, rubia... ¡Es para matarla!» La rivalidad, el resentimiento y la hostilidad provocados por el mito de la belleza son profundos. Las hermanas suelen recordar con dolor que sólo una de ellas fuera «la guapa». A menudo las madres tienen problemas cuando sus hijas se van haciendo mayores. Los celos entre grandes amigas son una cruel realidad en el afecto entre mujeres. Hasta las mujeres que tienen pareja rivalizan en cuestiones de belleza. Para ellas es doloroso tocar el tema, porque, bajo el imperio del mito, el cuerpo de una mujer se usa para causar dolor al de otra. Nuestra cara y nuestro cuerpo son instrumentos de castigo a menudo utilizados fuera de nuestro control y contra nuestros deseos. En la actualidad, la belleza es un valor económico y el de una mujer va en detrimento del de otras. Esta comparación constante, según la cual el valor de una mujer fluctúa por la presencia de otra, sirve para dividir y vencer. Las mujeres se ven obligadas a mostrarse agudamente críticas sobre las «elecciones» que hacen las demás mujeres en cuanto a su aspecto. Sin embargo, esta economía que lanza a unas mujeres contra las otras no es inevitable.

Para vencer este espíritu que las divide, deberán destruir muchos tabúes que les impiden hablar de él, incluido el que les prohíbe contar el lado oscuro que tiene el ser tratadas como un bonito objeto. A juzgar por la gran cantidad de mujeres a las que he escuchado, resulta claro que el dolor experimentado por culpa del mito de la belleza no tiene relación de ninguna clase con un ideal cultural. Como me dijo una famosa modelo, «Cuando aparecía en la portada del *Vogue* italiano, todos me repetían lo hermosa que era. Y yo pensaba: “No puedo creer que no vean todas esas arrugas”». Las mujeres que

asumen el papel de la Doncella de Hierro son víctimas del mito tanto como las esclavas de una imagen. El mito les exige que sean al mismo tiempo ciegamente hostiles y ciegamente envidiosas de la «belleza» de las demás. Tanto la hostilidad como la envidia son útiles al mito y perjudican a las mujeres.

Aunque la mujer «bella» ocupa brevemente la cúspide del sistema, se encuentra ciertamente muy lejos del estado de gracia que el mito pretende difundir. El placer de convertirse en un objeto de arte viviente, el rugido del aplauso y la fina capa de aprecio que cubre su piel es una especie de poder, cuando ésta sólo existe en cantidades escasas. No vale mucho, no obstante, comparado con el placer de retornar para siempre al interior del propio cuerpo; el placer de descubrir la propia dignidad sexual, un deleite en una sexualidad femenina de cada día que supere las divisiones creadas por la belleza; el placer de despojarse de la timidez, el narcisismo y la culpabilidad como quien se quita los trajes viejos de encima; el placer de la libertad de olvidarse de todo eso.

Sólo entonces podrán hablar las mujeres de lo que realmente implica la «belleza»: la atención de gente que no conocemos, recompensas por algo que no hemos ganado, sexo propuesto por hombres que pretenden ensartarnos al azar, hostilidad y escepticismo de las demás mujeres, una adolescencia prolongada más allá de lo normal, un envejecimiento cruel, y una dura y larga lucha por la propia identidad. Aprenderemos, en cambio, que lo positivo de la «belleza» - promesa de confianza en sí misma, sexualidad, y la autoestima propia de una personalidad sana- son cualidades que no tienen nada que ver específicamente con la «belleza» y que, destruido el mito, están al alcance de todas las mujeres. Lo mejor que la «belleza» nos ofrece nos pertenece ya por derecho sólo por ser mujeres. Cuando separemos la belleza de la sexualidad, cuando nos deleitemos con la cualidad única de nuestros rasgos y características, tendremos acceso a un placer privado de nuestro cuerpo que nos una en lugar de separarnos. El mito será historia.

Mientras las mujeres sometan a las demás a una censura que les oculte la verdad sobre sus experiencias, se mantendrá un halo de misterio en torno a la belleza, muy útil, por otra parte, para quienes desean dominarnos. La realidad inaceptable es que vivimos bajo un sistema de castas. No es innato ni permanente, y tampoco se basa en el sexo, o en Dios, o en la Roca de los Tiempos. Podemos y debemos cambiar este sistema, puesto que la situación comienza ya a acorralarnos y no queda mucho tiempo para postergar el debate.

Cuando la conversación comience, las barreras artificiales levantadas por el mito empezarán a caer. Sabremos que por el solo hecho de su aspecto una mujer no siempre se siente bella y que puede sentirse ella sin que su aspecto exterior lo denote a primera vista. Las mujeres delgadas podrán sentirse gordas, las jóvenes podrán envejecer. Cuando una mujer mira a otra, no puede saber a ciencia cierta qué imagen interior tiene ésta de sí misma. Aunque su aparente aplomo sea envidiable, puede que se esté muriendo de hambre; aunque su cuerpo se desparrame fuera de su ropa, tal vez esté sexualmente satisfecha y por ello sea digna de envidia. Una mujer puede ser corpulenta por tener mucha autoestima o por tener demasiado poca. Puede llenarse la cara de maquillaje para divertirse coqueteando osadamente o bien para ocultarse. Todas las mujeres han tenido la experiencia de un mundo que las trata mejor o peor según cómo las evalúe ese día. Si bien tal experiencia tiene consecuencias fatales para su identidad, significa al mismo tiempo que tenemos una gama de experiencias mucho más amplia de lo que las imágenes de la «belleza» nos llevarían a creer. También es posible que descubramos que la forma en que interpretamos las apariencias no nos sirve de mucho, y que todas experimentamos, cualquiera que sea nuestro aspecto, el mismo espectro de sentimientos: a veces hermosos, otras no tanto, siempre femeninos, en un mundo compartido que se extiende más allá de las trabas que el mito trata de colocar en nuestro camino.

Las mujeres culpan a los hombres por mirar sin escuchar. Pero nosotras hacemos lo mismo, quizá incluso con mayor frecuencia. Debemos dejar de leer las apariencias de cada una como si fuesen un lenguaje, una afinidad política, prestigio, o una agresión. Hay enormes posibilidades de que lo que una mujer desea decir a otras mujeres sea mucho más complejo y cargado de comprensión que los mensajes entreverados que le permite su apariencia.

Comencemos por una nueva interpretación de la belleza no competitiva, no jerárquica y no violenta. ¿Por qué el placer de una mujer debe implicar dolor para otra? Los hombres entran en competencia sexual sólo cuando compiten sexualmente, mientras que el mito obliga a las mujeres a competir en el plano sexual en todas las circunstancias. Generalmente no se compite por «hombres» y, desde el punto de vista biológico, no es inevitable.

Las mujeres suelen competir así «por otras mujeres», en parte porque somos seguidoras de la misma secta, y en parte para llenar, aunque sólo sea temporalmente, el agujero negro creado por el mito. La competencia hostil puede ser con frecuencia prueba de lo que reprimen nuestras disposiciones sexuales, es decir, una atracción física

mutua. Si las mujeres redefinimos nuestra sexualidad para aceptar esta atracción mutua, el mito dejará de hacernos sufrir. La belleza de otra mujer no será una amenaza o una ofensa, sino un placer y un homenaje. Podremos vestirnos y adornarnos sin temor a lastimar o traicionar a las demás, o a que se nos acuse de falsas lealtades. Podríamos entonces vestirnos para celebrar el placer del cuerpo femenino, haciéndolo «por otras mujeres», brindándonos como individuos con un sentido positivo y no negativo. Cuando nos permitamos la experiencia de esta atracción física, el mercado dejará de obtener beneficios con su representación de los deseos del hombre. Por nuestra parte, sabedoras de que la atracción hacia otras mujeres se manifiesta de muchos modos, dejaremos de creer que las cualidades que nos hacen deseables son un misterio lucrativo.

Cambiando nuestros prejuicios sobre nosotras y las demás mujeres podríamos iniciar la experiencia de belleza de carácter no competitivo. El mito representa a «la Otra Mujer» como un peligro desconocido. «Conozca a la Otra Mujer», reza un folleto de tintes para el pelo de la firma Wella, aludiendo a la versión de la mujer «después» del tratamiento. La idea es que la «belleza» convierte a una mujer, incluso su propia imagen idealizada, en un ser tan poco familiar que requiere de nosotras una presentación formal. La frase sugiere amenazas, amantes, fascinantes mujeres que destruyen relaciones.

Si nos aproximamos a esta desconocida Otra Mujer, deshacemos la labor del mito. Como las experiencias cotidianas de atención y coqueteo parten generalmente de hombres que reaccionan ante nuestra «belleza», no debe sorprendernos que las mujeres silenciosas y en actitud vigilante se nos representen como antagonistas.

Podemos eliminar esta suspicacia, salvar esta distancia. ¿Por qué no deberíamos mostrarnos galantes, corteses y coquetas entre nosotras? Despertemos una mutua simpatía recurriendo a la vivaz atención que reservamos a los hombres. Intercambiemos cumplidos, mostremos nuestra admiración. Podemos entablar relación con la Otra Mujer, atraer su mirada, llevarla en nuestro automóvil si la vemos caminando, abrirle una puerta si está cargada. Cuando nos acerquemos en la calle y dirijamos, o recibamos, esa mirada cautelosa, defensiva, de los zapatos al peinado, ¿por qué no mirarnos a los ojos de mujer a mujer, por qué no sonreír?

Este movimiento hacia un concepto de la belleza sin espíritu competitivo ha comenzado ya. El mito siempre nos negó a las mujeres el honor. Aquí y allá, estamos ahora creando códigos de honor para protegernos del mito. Nos abstenemos de la crítica fácil. Dedicamos

elogios sinceros. Nos retiramos cortésmente de situaciones sociales en las que se hace uso de nuestra belleza para dejar a las otras en la sombra. Nos negamos a darnos empellones para reclamar una atención masculina anónima. Una participante en el concurso de Miss California de 1989 extrae un banderín del escote de su traje de baño que dice: LOS CONCURSOS DE BELLEZA OFENDEN A TODAS LAS MUJERES. Una actriz de cine me cuenta que cuando tuvo que filmar una escena en la que aparecía desnuda se negó, en un gesto de solidaridad hacia las mujeres del público, a todo tipo de sadomasoquismo. Comenzamos ya a descubrir los medios para no ser rivales ni meros instrumentos.

La nueva perspectiva implica un cambio no sólo en cómo nos vemos, sino también en cómo vemos nosotras a las demás. Empezamos a ver la cara y el cuerpo de otras mujeres tal como son, sin una imagen superpuesta de la Doncella de Hierro. Contenemos el aliento al ver a una mujer reír. Nos felicitamos interiormente cuando pasa otra caminando con orgullo. Sonreímos frente al espejo, notamos las finas arrugas que parten de nuestros ojos y, contentas con lo que estamos forjando, volvemos a sonreír.

Si bien las mujeres podemos ofrecernos mutuamente esta nueva perspectiva, aceptemos de buen grado la participación de los hombres en la destrucción del mito. Por supuesto que algunos hombres han hecho un uso abusivo del mito contra las mujeres, del mismo modo en que muchos usan sus puños, pero hay una conciencia creciente en ambos sexos de que no son los hombres, como amantes o maridos individuales, quienes dan vigor al mito, sino las instituciones, que dependen del dominio masculino. Ambos sexos están descubriendo que la fuerza real del mito no deriva de las relaciones sexuales privadas entre individuos, sino que se beneficia mucho del «mundo exterior». Un megalito económico y social en pleno dominio público. Y ambos sexos se convencen, cada vez más, de que se les está engañando.

En un nivel mucho más profundo, ayudar a las mujeres a destruir el mito beneficiará a los hombres en sus propios intereses. Ellos son los siguientes. En efecto, la publicidad ha descubierto recientemente la eficacia de socavar la confianza en la propia sexualidad, cualquiera que sea el sexo de sus blancos. Según el *Guardian*, «Hoy los hombres se miran al espejo en vez de mirar a las chicas... Podemos ver que hay hombres guapos vendiendo cualquier cosa». Mediante el uso de imágenes de la subcultura homosexual masculina, la publicidad comienza a exhibir el cuerpo masculino según su propio mito de belleza. A medida que estas imágenes se concentren más

estrechamente en la sexualidad, debilitarán la autoestima sexual de los hombres en general. Como ellos están más condicionados a separarse de su cuerpo y a competir hasta excesos inhumanos, la versión masculina del mito podría herirlos tal vez mucho más de lo que hiere a las mujeres la versión femenina.

Los psiquiatras pronostican un aumento en la frecuencia de los trastornos alimentarios entre los hombres. Ahora que empiezan a ser un mercado fronterizo que se abrirá mediante el odio a sí mismos, las imágenes han comenzado a decir a los hombres heterosexuales las mismas verdades a medias sobre lo que las mujeres quieren y ven que tradicionalmente les han contado a las mujeres heterosexuales acerca de ellos. Si lo creen y caen en la trampa, no será una victoria para las mujeres. Nadie ganará.

También va en favor de los intereses del hombre el destruir el mito, pues de ello depende la supervivencia del planeta. La Tierra no puede permitirse ya una ideología de consumo basada en el insaciable despilfarro del descontento sexual y material. Es hora de que comencemos a obtener una satisfacción más duradera de cuanto consumimos. Hemos concebido el planeta como mujer, como una generosa Madre Naturaleza, así como hemos concebido el cuerpo femenino, infinitamente alterable por y para el hombre. Al insistir en una nueva realidad femenina en la cual basar una nueva metáfora del mundo beneficiamos a todas las mujeres y reforzamos nuestra esperanza de un nuevo planeta. Debe respetarse el cuerpo de la mujer y su propia identidad orgánica.

La crisis ambiental exige una nueva forma de pensar, comunitaria, colectiva, sin antagonismos, y debemos lograr todo esto sin pérdida de tiempo. Podemos rezar por ello y esperar que las instituciones masculinas desarrollen esta forma de pensar evolucionada poco familiar en unos pocos años. Podemos también volver a la tradición femenina, la que perfeccionó esta manera de pensar a través de milenios, y adaptarla a la esfera pública. Como el mito borra esta tradición, femenina, cuando le plantemos cara estaremos preservando una opción crucial para el planeta.

Por otra parte, mantenemos abiertas las opciones para nosotras mismas. No es necesario cambiar nuestro cuerpo, sino nuestras reglas. Superado el mito, se continuará culpando a las mujeres por su aspecto cuando resulte necesario para cualquier grupo. Dejemos, pues, de culparnos y de huir y de pedir perdón, y comencemos a darnos satisfacción de una vez por todas. La mujer «bella» no triunfa bajo el mito, pero tampoco triunfa nadie más. No triunfa la mujer sujeta a

una permanente adulación por parte de desconocidos, pero tampoco triunfa la que se niega a sí misma toda atención. No triunfa la que lleva uniforme ni la que viste todos los días un modelo distinto de un famoso diseñador. Luchar para alcanzar la cima de un sistema de castas no es un triunfo, pero sí lo es negarse a que nos atrape dicho sistema. Llamemos también triunfadora a la mujer que se considera bella y desafía al mundo a que la vea del mismo modo.

Cuando esta mujer se otorga a sí misma y a las demás permiso para comer, ser sexual, envejecer, llevar tejanos, una diadema de bisutería, un vestido de Balenciaga, una capa de noche de segunda mano o botas de soldado; taparse entera o ir casi desnuda; hacer, en fin, lo que se le antoje en cuanto a seguir o ignorar una visión estética, entonces ha triunfado. Una mujer gana cuando decide que lo que haga cada una con su propio cuerpo es exclusivamente asunto de ella. Cuando gran cantidad de mujeres actúen individualmente para apartarse de la economía instituida por el mito, ésta comenzará a desintegrarse. Es verdad que ciertas instituciones seguirán intentando usar nuestro aspecto personal contra nosotras. Pero no morderemos el anzuelo.

¿Puede existir una definición de la belleza que favorezca a la mujer? Claro que sí. Lo que ha faltado es espíritu de juego. El mito es perjudicial, pomposo y grave, porque hay mucho, demasiado, que depende de él. El placer del espíritu de juego es restar importancia a estas cuestiones. Cuando las apuestas en un juego son demasiado elevadas, éste se convierte en juego de guerra o en juego enfermizo. Dentro del mito, ha sido un juego por la vida, por un amor cuestionable, por una sexualidad deshonesta y desesperada, y sin la posibilidad de jugar con otras reglas. Sin elección, sin libre albedrío, sin ligereza, no hay verdadero juego.

Pero, para salvarnos, podemos imaginar una vida libre de falsos valores, con tendencia a la mascarada, a la teatralidad libremente elegida que surge de un gran amor por una misma. Una nueva definición feminista de la belleza reflejará una nueva definición de lo que es el poder. ¿Quién dice que necesitamos jerarquías? Donde yo veo belleza tal vez otras no la vean. Para mí algunas personas son más deseables que para ti. ¿Y qué? Mi percepción no tiene autoridad sobre la tuya. ¿Por qué excluir a nadie de la belleza? Hay mucho que incluir en la admiración. ¿Por qué tiene más prestigio lo que es escaso? El alto valor asignado a esta cualidad es un concepto masculino que tiene que ver con el capitalismo más que con lo carnal. ¿Qué tiene de placentero desear por encima de todo algo imposible de hallar? Los niños, en cambio, son lo más normal que hay, y se les concede gran valor y se les considera hermosos.

¿Cómo podrían actuar las mujeres más allá del mito? Es difícil saberlo. Tal vez dejemos a nuestros cuerpos florecer y luego marchitarse poco a poco, disfrutando de las variaciones sobre un mismo tema y evitando el dolor, porque cuando algo nos causa dolor comenzamos a verlo como feo. Tal vez nos deleitemos realmente en adornarnos. Tal vez cuando menos dolor inflijamos a nuestro cuerpo, más bello nos parecerá. Tal vez olvidemos buscar la admiración de desconocidos y descubramos que no la echamos de menos. Tal vez esperemos nuestras caras de mujeres mayores con ilusión y dejemos de ver nuestro cuerpo como una masa de imperfecciones, puesto que nada de lo que somos deja de sernos precioso. Tal vez no deseemos ya ver la versión de «después».

¿Cómo empezar? Seamos osadas, codiciosas. Busquemos el placer y huyamos del dolor. Usemos, toquemos, comamos y bebamos lo que nos guste. Seamos tolerantes con los gustos de las demás mujeres. Busquemos la sexualidad que queremos. Elijamos nuestras propias causas. Una vez que abramos la brecha y cambiemos las reglas para que el sentido de nuestra propia belleza sea inamovible, cantemos a esta belleza, vistámosla, exhibámosla, gocemos de ella. En una política de la sensualidad, lo femenino es hermoso.

Una definición de la belleza basada en el amor a la mujer es la que reemplaza la desesperación por el juego, el narcisismo por la autoestima, el desmembramiento por la integración, la ausencia por la presencia, la quietud por la animación. Acepta que seamos radiantes, que la luz irradie de nuestra cara y nuestro cuerpo, en lugar de iluminarlos con un foco que suma el resto de nosotras en la sombra. Es sexual, variada, sorprendente. Aprenderemos a verla en las demás sin sentir miedo y, por fin, a verla en nosotras mismas.

Hace una generación, Germaine Greer se preguntó al referirse a las mujeres: «¿Qué harán?». Lo que hicimos produjo un periodo de revolución social cataclísmica durante un cuarto de siglo. La próxima fase de nuestra marcha como individuos y como conjunto, y como habitantes de nuestro cuerpo y de este planeta, dependerá de lo que decidamos ver al mirarnos al espejo.

¿Qué veremos?

Notas de la traductora

[1] Literalmente, «cuellos rosados». Se refiere al conjunto de mujeres que desempeñan trabajos tradicionalmente femeninos. La expresión es paralela a *white collars*, «cuellos blancos», término que designa a la clase ejecutiva. < <

[2] Zeitgeist: Espíritu de la época. < <

Notes

Cosmetic surgery: *Standard and Poor's Industry Surveys* (New York: Standard and Poor's Corp., 1988).

Pornography main media category: See "Crackdown on Pornography: A No-Win Battle," *U.S. News and World Report*, June 4, 1984. The Association of Fashion and Image Consultants tripled its membership between 1984 and 1989 alone (Annetta Miller and Dody Tsiantar, *Newsweek*, May 22, 1989). During the five or six years prior to 1986, consumer spending rose from $300 billion to $600 billion.

Thirty-three thousand American women, University of Cincinnati College of Medicine, 1984: Wooley, S. C, and O. W. Wooley, "Obesity and Women: A Closer Look at the Facts," *Women's Studies International Quarterly*, vol. 2 (1979), pp. 69–79. Data reprinted in "33,000 Women Tell How They Really Feel About Their Bodies," *Glamour*, February 1984.

Recent research shows: See Dr. Thomas Cash, Diane Cash, and Jonathan Butters, "Mirror-Mirror on the Wall: Contrast Effects and Self-Evaluation of Physical Attractiveness," *Personality and Social Psychology Bulletin*, September 1983, vol. 9, no. 3. Dr. Cash's research shows very little connection between "how attractive women are" and "how attractive they feel themselves to be." All the women he treated were, in his terms, "extremely attractive," but his patients compare themselves only to models, not to other women.

Very little to me: Lucy Stone, 1855, quoted in Andrea Dworkin, *Pornography: Men Possessing Women* (New York: Putnam, 1981), p. 11.

A doll: Germaine Greer, *The Female Eunuch* (London: Paladin Grafton Books, 1970), pp. 55, 60.

Myth: See also Roland Barthes's definition: "It [myth] transforms history into nature.... Myth has the task of giving an historical intention a natural justification, and making contingency appear eternal." Roland Barthes, "Myth Today," *Mythologies* (New York: Hill and Wang, 1972), p. 129.

Anthropologist Bronislaw Malinowski's definition of "a myth of origin" is relevant to the beauty myth: A myth of origin, writes Ann Oakley, "tends to be worked hardest in times of social strain, when the state of affairs portrayed in the myth are called into question." Ann Oakley, *Housewife: High Value/Low Cost* (London: Penguin Books,

1987), p. 163.

Platonic: See Plato's discussion of Beauty in *Symposium*. For varying standards of beauty, see Ted Polhemus, *BodyStyles* (Luton, England: Lennard Publishing, 1988). Sexual selection; Darwin…was unconvinced: See Cynthia Eagle Russett, "Hairy Men and Beautiful Women," *Sexual Science: The Victorian Construction of Womanhood* (Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1989), pp. 78–103.

On page 84 Russett quotes Darwin: "Man is more powerful in body and mind than woman, and in the savage state he keeps her in a much more abject state of bondage, than does the male of any other animal; therefore it is not surprising that he should have gained the power of selection…. As women have long been selected for beauty, it is not surprising that some of their successive variations should have been transmitted exclusively to the same sex; consequently that they should have transmitted beauty in a somewhat higher degree to their female than to their male offspring, and thus have become more beautiful, according to general opinion, than men." Darwin himself noticed the evolutionary inconsistency of this idea that, as Russett puts it, "a funny thing happened on the way up the ladder: among humans, the female no longer chose but was chosen." This theory "implied an awkward break in evolutionary continuity," she observes: "In Darwin's own terms it marked a rather startling reversal in the trend of evolution."

See also Natalie Angier, "Hard-to-Please Females May Be Neglected Evolutionary Force," *The New York Times*, May 8, 1990, and Natalie Angier, "Mating for Life? It's Not for the Birds or the Bees," *The New York Times*, August 21, 1990.

Evolution: See Evelyn Reed, *Woman's Evolution: From Matriarchal Clan to Patriarchal Family* (New York: Pathfinder Press, 1986); and Elaine Morgan, *The Descent of Woman* (New York: Bantam Books, 1979). See especially "the upper primate," p. 91.

Goddess: Rosalind Miles, *The Women's History of the World* (London: Paladin Grafton Books, 1988), p. 43. See also Merlin Stone, *When God Was a Woman* (San Diego: Harvest Books, 1976).

Wodaabe tribe: Leslie Woodhead, "Desert Dandies," *The Guardian*, July 1988.

In the West African Fulani tribe young women choose their husbands on the basis of their beauty: "The contestants…take part in the yaake,

a line-up in which they sing and dance, stand on tip-toe and make faces, rolling and crossing their eyes and grimacing to show off their teeth to the judges. They keep this up for hours, aided by the consumption of stimulating drugs beforehand. Throughout all this, old ladies in the crowd hurl criticisms at those who do not live up to the Fulani idea of beauty." [Polhemus, op. cit., p. 21]

See also Carol Beckwith and Marion van Offelen, *Nomads of Niger* (London: William Collins Sons & Co. Ltd., 1984), cited in Carol Beckwith, "Niger's Wodaabe: People of the Taboo," *National Geographic*, vol. 164, no. 4, October 1983, pp. 483–509.

Paleolithic excavations suggest that it has been human males rather than females to whom adornment was assigned in prehistoric societies; in modern tribal communities men generally adorn at least as much as women, and often hold "a virtual monopoly" over adornment. The Sudanese Nuba, the Australian Waligigi, and the Mount Hagen men of New Guinea also spend hours painting themselves and perfecting their hairstyles to attract the women, whose toilette takes only minutes. See Polhemus, op. cit, pp. 54–55.

Technologies: See, for example, Beaumont Newhall, *The History of Photography from 1839 to the Present* London: Seeker & Warburg, 1986), p. 31. Photograph *Academie*, c. 1845, photographer unknown.

Powerful industries: Diet items are a $74-billion-a-year industry in the United States, totaling one-third the nation's annual food bill. See David Brand, "A Nation of Healthy Worrywarts?," *Time*, July 25, 1988.

$33-billion-a-year diet industry: Molly O'Neill, "Congress Looking into the Diet Business," *The New York Times*, March 28, 1990.

$300-million-a-year cosmetic surgery industry: *Standard and Poor's Industry Surveys*, op. cit. 1988.

$7 billion pornography industry, "Crackdown on Pornography," op. cit.

Vital lies: Daniel Goleman, *Vital Lies, Simple Truths: The Psychology of Self-Deception* (New York: Simon and Schuster, 1983), pp. 16–17, quoting Henrik Ibsen's phrase: "The vital lie continues unrevealed, sheltered by the family's silence, alibis, stark denial."

A higher calling: John Kenneth Galbraith, quoted in Michael H. Minton with Jean Libman Block, *What Is a Wife Worth?* (New York:

McGraw-Hill, 1984), pp. 134–135.

Ugly Feminist: Marcia Cohen, *The Sisterhood: The Inside Story of the Women's Movement and the Leaders Who Made It Happen* (New York: Ballantine Books, 1988), pp. 205, 206, 287, 290, 322, 332.

Swearing like a trooper Betty Friedan, *The Feminine Mystique* (London: Penguin Books, 1982), p. 79, quoting Elinor Rice Hays, *Morning Star: A Biography of Lucy Stone* (New York: Harcourt, 1961), p. 83.

Unpleasant image: Friedan, op. cit., p. 87.

Work

U.S. women in work force: Ruth Sidel, *Women and Children Last: The Plight of Poor Women in Affluent America*, (New York: Penguin Books, 1987), p. 60.

British women in paid work: U.K. Equal Opportunities Commission, *Towards Equality: A Casebook of Decisions on Sex Discrimination and Equal Pay, 1976–1981*, pamphlet. See also: U.K. Equal Opportunities Commission, *Sex Discrimination and Employment: Equality at Work: A Guide to the Employment Provisions of the Sex Discrimination Act 1975*, pamphlet, p. 12.

Prehistory: Rosalind Miles, *The Women's History of the World* (London: Paladin Grafton Books, 1988), p. 152.

Modern tribal societies: Ibid., p. 22.

Duchess of Newcastle: The entire quote is: "Women live like *bats* or *owls*, labour like *beasts* and die like *worms*," ibid., p. 192.

No work too hard: Ibid., p. 155, quoting Viola Klein, *The Feminine Character: History of an Ideology*, 2d ed. (Urbana: University of Illinois Press, 1971).

Fatigue: Ibid., p. 188.

Humphrey Institute: Humphrey Institute, University of Minnesota, *Looking to the Future: Equal Partnership Between Women and Men in the 21st Century*, quoted in Debbie Taylor et al., *Women: A World Report* (Oxford: Oxford University Press, 1985), p. 82.

Twice as many hours as men: *Report of the World Conference for the United Nations Decade for Women*, Copenhagen, 1980, A/Conf. 94/35.

Pakistani women: Taylor et al., op. cit., p. 3.

Nonwork: Ann Oakley, *Housewife: High Value/Low Cost* (London: Penguin Books, 1987), p. 53.

Rise by 60 percent: Sidel, op. cit., p. 26.

France's labor power: Sylvia Ann Hewlett, *A Lesser Life: The Myth of Women's Liberation in America* (New York: Warner Books, 1987).

Volunteer work: Yvonne Roberts, "Standing Up to Be Counted," *The*

Guardian (London) 1989 interview with Marilyn Waring, author of *If Women Counted: A New Feminist Economics* (San Francisco: Harper & Row, 1988). See also Waring, p. 69.

Gross national product: Taylor et al., op. cit., p. 4.

Nancy Barrett: "Obstacles to Economic Parity for Women," *The American Economic Review*, vol. 72 (May 1982), pp. 160–165.

Thirty-six minutes more: Arlie Hochschild with Anne Machung, *The Second Shift: Working Parents and the Revolution at Home* (New York: Viking Penguin, 1989).

Household chores: Michael H. Minton with Jean Libman Block, *What Is a Wife Worth?* (New York: McGraw-Hill), p. 19.

75 percent of household work: Hochschild and Machung, op. cit., p. 4. See also Sarah E. Rix, ed., *The American Woman, 1988–89: A Status Report*, Chapter 3: Rebecca M. Blank, "Women's Paid Work, Household Income and Household Well-Being," pp. 123–161 (New York: W. W. Norton & Co., 1988).

U.S. married men: Claudia Wallis, "Onward Women!," *Time International*, December 4, 1989.

Demand eight hours more: Heidi Hartmann, "The Family as the Locus of Gender, Class and Political Struggle: The Example of Housework," in *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, vol. 6 (1981), pp. 366–394.

Italy: Hewlett, op. cit.

Less leisure: Taylor et al., op. cit., p. 4.

Kenya: Ibid.

Chase Manhattan Bank: Minton and Block, op. cit., pp. 59–60.

U.S. college undergraduates: Wallis, op. cit.

Undergraduates in the United Kingdom: U.K. Equal Opportunities Commission, *The Fact About Women Is…*, pamphlet, 1986.

American women in work force: Sidel, op. cit., p. 60.

Marilyn Waring: Quoted in Roberts, op. cit.

Patricia Ireland: Quoted in Wallis, op. cit.

Women with children in the American work force: Ibid.

United Kingdom mothers: U.K. Equal Opportunities Commission, op. cit.

Sole economic support: Sidel, op. cit.

Marvin Harris: quoted in Minton and Block, op. cit.

Title VII: See Rosemarie Tong, *Women, Sex and the Law* (Totowa, N.J.: Rowman and Littlefield, 1984), pp. 65–89.

1975 Sex Discrimination Act/Great Britain: See U.K. Equal Opportunities Commission, *Sex Discrimination and Employment*, especially pp. 12–13: "Sex discrimination where sex is a 'genuine occupational qualification' for the job, or for part of the job, because of: (a) Physical form or authenticity—for example, a model or an actor." See also *Sex Discrimination: A Guide to the Sex Discrimination Act 1975*, U.K. Home Office pamphlet (2775) Dd8829821 G3371, p. 10.

The Sex Discrimination Act of 1984 in Australia docs not cover discrimination on the basis of appearance; as of 1990, the federal attorney general will extend the jurisdiction of the Human Rights and Equal Opportunity Commission Act to cover discrimination on the ground of "age, medical record, criminal record, impairment, marital status, mental, intellectual or psychiatric disability, nationality, physical disability, sexual preference and trade union activity," but discrimination on the basis of appearance will not be addressed. See also Australia, Human Rights and Equal Opportunity Commission, *The Sex Discrimination Act 1984: A Guide to the Law*, pamphlet, August 1989.

American Dream: Sidel, op. cit., p. 22.

Helen Gurley Brown: See *Sex and the Single Girl* (New York: Bernard Geis, 1962).

Firing of stewardesses: See Marcia Cohen, op. cit., p. 394. One flight attendant explains that the sexualized cabin atmosphere is expressly designed to diminish male passengers' fear of flying: "They figure mild sexual arousal will be helpful in getting people's minds off" the danger (Hochschild, 1983, cited in Albert J. Mills, "Gender, Sexuality and the Labour Process," in Jeff Hearn et al., *The Sexuality of Organization* (London: Sage Publications, 1989), p. 94.

Or go to prison: *Time*, June 7, 1971, cited in Roberta Pollack Seid, *Never Too Thin: Why Women Are at War with Their Bodies* (New York: Prentice-Hall, 1988).

Bunny Image: *Weber* v. *Playboy Club of New York, Playboy Clubs International, Inc., Hugh Hefner*, App. No. 774, Case No. CSF22619-70, Human Rights Appeal Board, New York, New York, December 17, 1971; see also *St. Cross* v. *Playboy Club of New York*, CSF22261870.

"All women are Bunnies": Gloria Steinem, *Outrageous Acts and Everyday Rebellions* (New York: Holt, Rinehart & Winston, 1983), p. 69.

20 percent of management: Hewlett, op. cit.

Xerox Corporation: Catherine McDermott won her suit only after an eleven-year battle in New York courts; Seid, op. cit., p. 22, citing "Dieting: The Losing Game," *Time*, January 20, 1986, p. 54.

One sixth of U.S. MBAs: Hewlett, op. cit.

Appearance standards: Christine Craft, *Too Old, Too Ugly and Not Deferential to Men* (New York: Dell, 1988).

"Male Anchors: 40 to 50": Ibid., p. 37.

"Fortyish women": Ibid., p. 204.

IS SHE WORTH IT?: Richard Zoglin, "Star Power," *Time*, August 7, 1989, pp. 46–51. The opening sentence of the article reads: "First there are the blond-haired good looks, striking but somehow wholesome, more high school prom queen than Hollywood glamour puss." Then it continues: "It pains [Sawyer] that her journalistic accomplishments are overshadowed by questions about her looks…." See also the obsession with Jessica Savitch's appearance described in Gwenda Blair, *Almost Golden: Jessica Savitch and the Selling of Television News* (New York: Avon Books, 1988). (The jacket copy reads, "She was the Marilyn Monroe of TV News.") Crippling point of view: Ibid., p. 77.

Physical characteristics: *Miller* v. *Bank of America*, 600 F.2d 211 9th Circuit, 1979, cited in Tong, op. cit., pp. 78.

Barnes v. *Costle*, 561 F.2d 983 (D.C. Circuit 1977), cited in Tong, op. cit., p. 81.

Mechelle Vinson: *Meritor Savings Bank, FSB* v. *Vinson*, 106 S. Circuit 2399 (1986).

Hopkins v. *Price-Waterhouse*: 741 F.2d 1163; S. Ct., 1775. See also Laura Mansuerus, "Unwelcome Partner," *The New York Times*, May 20, 1990.

Nancy Fadhl v. *Police Department of City and County of San Francisco:* 741 F.2d 1163, cited in Suzanne Levitt, "Rethinking Harm: A Feminist Perspective," unpublished doctoral thesis, Yale University Law School, 1989.

Tamini v. *Howard Johnson Company, Inc.*: cited in ibid.

Andre v. *Bendix Corporation:* 841 F.2d 7th Circuit, 1988, cited in ibid.

Buren v. *City of East Chicago, Indiana:* 799 F.2d 1180 7th Circuit, 1986, cited in ibid.

Diaz v. *Coleman:* Conversation with counsel Ursula Werner, Yale University Law School, New Haven, Connecticut, April 15, 1989.

M. Schmidt v. *Austicks Bookshops, Ltd.*: U.K. Industrial Relations Law Reports (IRLR), 1977, pp. 360–361.

Jeremiah v. *Ministry of Defense:* 1 Queen's Bench (QB) 1979, p. 87; see also *Strathclyde Regional Council* v. *Porcelli*, IRLR, 1986, p. 134.

Dan Air: See U.K. Equal Opportunities Commission, "Formal Investigation Report: Dan Air," January 1987. Dan Air lost the case.

Costumes: *Maureen Murphy and Eileen Davidson* v. *Stakis Leisure, Ltd.*, The Industrial Tribunals, Scotland 1989.

Sisley v. *Britannia Security Systems, Ltd.*: Industrial Court Reports, 1983, pp. 628–636.

Snowball v. *Gardner Merchant, Ltd:* IRLR, 1987, p. 397; see also *Balgobin and Francis* v.

London Borough of Tower Hamlets, IRLR, 1987, p. 401.

Wileman v. *Minilec Engineering, Ltd.*: IRLR, 1988, p. 145.

200 London models: British Association of Model Agencies.

Fifty-four-year-old woman: Hearn et al., op. cit., p. 82.

Informal rules: Ibid., p. 149.

Contradiction: Ibid., p. 143.

Violations: Ibid., p. 148.

Sexual harassment: In a survey of nine thousand *Redbook* readers, 88 percent reported sexual harassment in the workplace. Hearn et al., op. cit., p. 80.

In the United Kingdom, where there is no specific law against it, 86 percent of managers and 66 percent of employees "had seen" sexual harassment, according to an Alfred Marks Bureau survey; a British Civil Service study found that 70 percent of women employees had been subjected to it. See British Society of Civil and Public Servants, *Sexual Harassment: A Trade Union Issue*, pamphlet, p. 14. For more information on sexual harassment, see Constance Backhouse and Leah Cohen, *Sexual Harassment on the Job* (Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, 1982), and Catharine A. MacKinnon, *Sexual Harassment of Working Women* (New Haven: Yale University Press, 1979), especially Chapter 3, "Sexual Harassment: The Experience," pp. 25–55. See also p. 17: "How many thousands of employers hire women for their 'aesthetic' appeal?"

Since 1981, the number of sexual-harassment complaints filed has nearly doubled, 94 percent of them brought by women, most of them serious charges, i.e., sexual assault, physical contact, or threats of job loss. Only 31 percent of the decisions favored the plaintiff. See David Terpstra, University of Idaho, and Douglas Baker, Washington State University, cited in "Harassment Charges: Who Wins?," *Psychology Today*, May 1989.

Provoked the comments: Nancy DiTomaso, "Sexuality in the Workplace: Discrimination and Harassment," in Hearn et al., op. cit., p. 78. Catharine A. MacKinnon cites a study by the Working Women United Institute in which respondents who had been harassed "tend to feel the incident is their fault, that they must have done something, individually, to elicit or encourage the behavior, that it is 'my problem.'…Almost a quarter of the women in one study reported feeling 'guilty.'" MacKinnon, *Sexual Harassment of Working Women*, p. 47. Rape defendants' lawyers can legally cite a woman's "sexually provocative" clothing as evidence in rape cases in every state except Florida: "Nature of Clothing Isn't Evidence in Rape Cases, Florida Law Says," *The New York Times*, June 3, 1990.

Nonverbal cues ambiguous: Barbara A. Gutek, “Sexuality in the Workplace: Social Research and Organizational Practise,” in Hearn et al., op. cit., p. 61.

Molloy: Cited in Deborah L. Sheppard, “Organizations, Power and Sexuality: The Image and Self-Image of Women Managers,” in Hearn et al., op. cit., p. 150.

Success suit: John T. Molloy, “Instant Clothing Power,” *The Woman’s Dress for Success Book* (New York: Warner Books, 1977), Chapter 1.

Equal footing: Ibid.

Dress-for-success passé: Molloy remarks that “‘anything goes’ articles were written by fashion industry types who were not going to put themselves in a straitjacket by saying that one item worked better than another.” Molloy, Ibid., p. 27.

Molloy study: Ibid., p. 48.

Sizeable minority of men: Gutek, op. cit., pp. 63–64.

Use their appearance: “I use my personal appearance to my advantage in getting things accomplished on the job” is a statement that more men agree with than women. According to a recent study by psychologist Andrew DuBrin of the Rochester Institute of Technology, of 300 men and women, 22 percent of men use their appearance to get ahead, as opposed to 14 percent of women; 22 percent of men versus 15 percent of women admit using manipulation, and 40 percent of men versus 29 percent of women use charm.

Cited in Marjory Roberts, “Workplace Wiles: Who Uses Beauty and Charm?,” *Psychology Today*, May 1989.

According to Barbara A. Gutek: “My surveys found relatively little evidence that women routinely or even occasionally use their sexuality to try to gain some organizational goal. There is even less support for the position that women have succeeded or advanced at work by using their sexuality…. In comparison to women, men may not only use sex more often at work, they may be more successful at it!” [Hearn et al., op. cit., pp. 63–64.] Professional elegance: Levitt, op. cit., pp. 31–34.

Wherever records have survived: Miles, op. cit., p. 155.

1984 U.S. women: Sidel, op. cit., p. 61.

Estimates…from 54 to…: Ibid.

In the United Kingdom: Hewlett, op. cit.

U.S. pay differential: Hewlett, ibid.

Self-worth: Rosabeth Kanter, See *Men and Women of the Corporation* (New York: Basic Books, 1977), cited in Sidel, op. cit., p. 62.

Unsure of worth: Ibid., p. 63.

20 of 420 occupations: Ibid., p. 61.

Arlie Hochschild even found: See Hearn et al., op. cit.; see also Hochschild with Machung, op. cit.

Best economic option: Catharine A. MacKinnon, *Feminism Unmodified: Discourses on Life and Law* (Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1987) pp. 24–25, citing Priscilla Alexander, NOW Task Force on Prostitution; the pimp retains much or most of this amount. See also Moira K. Griffin, "Wives, Hookers and the Law," *Student Lawyer*, January 1982, p. 18, cited in MacKinnon, ibid., p. 238. Twice as much: Ibid., p. 238.

Miss America's salary: Ellen Goodman, "Miss America Gets Phonier," *The Stockton* (Calif.) *Record*, September 19, 1989.

"Severe doubts": Liz Friedrich, "How to Save Yourself from Financial Ruin," *The Observer* (London), August 21, 1988.

Shoemaker Mine: Tong, op. cit., p. 84.

This sort of imagery anyway: Tong, ibid. See also Zillah R. Eisenstein, *The Female Body and the Law* (Berkeley, Calif.: University of California Press, 1988).

Direct comparisons are being made: See *Strathclyde* v. *Porcelli*, op. cit.

"Nude female depicted": Ibid.

"Gray flannel suit": Maureen Orth, "Looking Good at Any Cost," *New York Woman*, June 1988.

Income discrimination. Ibid. Orth cites other examples of these expenses: A-list personal training, $1,240 a month. Retin-A, six visits to dermatologist at $75 each. Electrical "facebuilding" by Janet Sartin, $2,000 a series, lasts six months. "Female executives now consider the

act of maintaining themselves a legitimate business expense," Orth writes.

"Maintenance has invaded the tax code." "Models and prostitutes," in MacKinnon, *Feminism Unmodified*, p. 24.

Vice-presidents who are women: Wallis, op. cit.

Fatigue: Deborah Hutton, "The Fatigue Factor," British *Vogue*, October 1988.

A 60 percent shot at being poor: Hewlett, op. cit.

American older women: Sidel, op. cit.

In Great Britain: Taylor et al., op. cit., p. 14. Benefits for British old women are described in U.K. Equal Opportunities Commission, 1986. *The Fact About Women Is…*

West German women retiring: Taylor et al. op. cit. p. 34.

Private pensions: Sidel, op. cit., p. 161.

Year 2000: Taylor et al., op. cit., p. 11, citing UN World Assembly on Aging, Vienna, 1982.

Long enough to give them: Hewlett, op. cit.

Unions never stopped trying: MacKinnon, *Feminism Unmodified*, p. 227. "Women," MacKinnon also notes, "are randomly rewarded and systematically punished for being women. We are not rewarded systematically and punished at random, as is commonly supposed."

Culture

Anonymous women: See Marina Warner, *Monuments and Maidens: The Allegory of the Female Form* (London: Weidenfield and Nicholson, 1985).

Men look: John Berger, *Ways of Seeing* (London: Penguin Books, 1988), p. 47.

This tradition: Jane Austen, *Emma* (1816) (New York and London: Penguin Classics, 1986), p. 211; George Eliot, *Middlemarch* (1871–72) (New York and London: Penguin Books, 1984); Jane Austen, *Mansfield Park* (1814) (New York and London: Penguin Classics, 1985); John Davie, ed. Jane Austen, *Northanger Abbey, Lady Susan, The Watsons and Sanditon* (Oxford: Oxford University Press, 1985); Charlotte Brontë, *Villette* (1853) (New York and London: Penguin Classics, 1986), p. 214; Louisa May Alcott, *Little Women* (1868–69) (New York: Bantam Books, 1983), p. 237; see also Alison Lurie, *Foreign Affairs* (London: Michael Joseph, 1985); Fay Weldon, *The Life and Loves of a She-Devil* (London: Hodder, 1984); Anita Brookner, *Look at Me* (London: Jonathan Cape, 1984).

Blowjobs and sentimentality: "Bookworm," *Private Eye*, January 19, 1989.

Out of control: Peter Gay, *The Bourgeois Experience: Victoria to Freud, Volume II: The Tender Passion* (New York: Oxford University Press, 1986), p. 99. Harvard's Radcliffe Annexe and Somerville College and Lady Margaret Hall at Oxford were founded in 1879; Cambridge University opened degrees to women in 1881.

To fifty thousand: Janice Winship, *Inside Women's Magazines*, (London: Pandora Press, 1987), p. 7.

The press cooperated: John Q. Costello, *Love, Sex, and War: Changing Values, 1939–1945* (London: Collins, 1985).

Ideal self: Cynthia White, *Women's Magazines, 1693–1968*, quoted in Ann Oakley, *Housewife: High Value/Low Cost* (London: Penguin Books, 1987), p. 9.

Betty Friedan: Friedan, "The Sexual Sell," in *The Feminine Mystique* (London: Penguin Books, 1982), pp. 13–29. All quotes through page 67 are from this source.

“toiletries/cosmetics” ad revenue: Magazine Publishers of America, “Magazine Advertising Revenue by Class Totals, January–December 1989,” Information Bureau, A.H.B., January 1990.

Weren’t even spending much money on clothing anymore: Roberta Pollack Seid, *Never Too Thin* (New York: Prentice-Hall, 1989).

Style for all: Elizabeth Wilson and Lou Taylor, *Through the Looking Glass: A History of Dress from 1860 to the Present day* (London: BBC Books, 1989), p. 193.

Fell sharply: Marjorie Ferguson, *Forever Feminine: Women’s Magazines and the Cult of Femininity* (Gower, England: Aldershot, 1983), p. 27.

“What part did women’s magazines play in all this [the feminist agenda]?” Ferguson asked. “Most editors busily grappling with the problems of how to target audiences more tightly, or prevent circulation decline, were aware that some changes were taking place outside their offices, but often lacked any systematic information about their nature or extent…. Some editors related women going out to work to diminished ‘time’ and ‘need’ for women’s magazines:

“‘Then there is the business of women going out to work. Once you go out to work you have less time; your needs are different, and they might have been answered by either television, newspapers, or by the television programme paper.’ (Women’s weekly editor)”

Helen Gurley Brown, *Cosmopolitan*’s editor, increased its circulation from 700,000 in 1965 to 2.89 million copies a month in 1981. According to Brown, “*Cosmopolitan* is every girl’s sophisticated older sister…. *Cosmopolitan* says you can get anything if you really try, if you don’t just sit on your backside with your nose pressed to the glass…. We carry our profile, one piece on health, one on sex, two on emotions…one on man/woman relationships, one on careers, one short story and one part of a major work of fiction, as well as our regular columns.” Quoted in Ferguson, p. 37.

The Nude Look: Seid, op. cit., p. 217.

Diet-related articles rose 70 percent: Ibid., p. 236.

To 66 in month of January: Ibid.

300 diet books on the shelves: Ibid.

Hybrid species, half man and half woman: Gay, op. cit.

Senator Lane: Ibid.

Degenerate women: Ibid. See also Barbara Ehrenreich and Deirdre English, *Complaints and Disorders: The Sexual Politics of Sickness* (Old Westbury, N.Y.: City University of New York, Feminist Press, 1973).

Feminists were denigrated: Gay, op. cit., p. 227.

Jealousy will get you nowhere: Marcia Cohen, *The Sisterhood: The Inside Story of the Women's Movement and the Leaders Who Made It Happen* (New York: Fawcett Columbine, 1988), p. 151; quotes from *Commentary* and *The New York Times*, also from Cohen, ibid., p. 261.

A bunch of ugly women: Ibid., p. 261.

Pete Hamill: Quoted in Cohen, p. 287.

Norman Mailer: Quoted in Cohen, p. 290.

WOMEN ARE REVOLTING: Ibid., p. 205.

Rivers and screams: Ibid., pp. 82–83, 133.

Misinformed: April Fallon and Paul Rozin, "Sex Differences in Perceptors of Body Size," *Journal of Abnormal Psychology*, Vol. 92, no. 4 (1983). "Our data suggest women are misinformed and exaggerate the magnitude of thinness men desire."

Trust: Cohen, op. cit., p. 91.

Pride in their identity: Quoted in J. Winship, op. cit., p. 7.

Fragility of the word: Lewis Lapham, *Money and Class in America: Notes on the Civil Religion* (London: Picador, 1989), p. 283.

Readers as a market: Lawrence Zuckerman, "Who's Minding the Newsroom?," *Time*, November 28, 1988.

Watergate: Thomas Winship, former editor at *The Boston Globe*, quoted in Zuckerman, op. cit.

Sell goods: Daniel Lazare, "Vanity Fare," *Columbia Journalism Review* (May/June 1990), pp. 6–8.

Atmosphere: Ibid, pp. 6–8. Lazare points out that one American magazine. *Vanity Fair*, gives laudatory coverage of fashion and cosmetics giants; in September 1988 alone, these recipients of

editorial promotion took out fifty ad pages at up to $25,000 a page.

650 TV messages a week: Mark Muro, “A New Era of Eros in Advertising,” *The Boston Globe*, April 16, 1989.

Demolish resistance: Ibid.

Pornography…7 billion dollars a year: MacKinnon, *Feminism Unmodified*, op. cit., citing Galloway and Thornton, “Crackdown on Pornography—A No-Win Battle,” *U.S. News and World Report*, June 4, 1984; see also Catherine Itzin and Corinne Sweet of the Campaign Against Pornography and Censorship in Britain, “What Should We Do About Pornography?,” British *Cosmopolitan*, November 1989; J. Cook, “The X-Rated Economy,” *Forbes*, September 18, 1978 ($4 billion per year); “The Place of Pornography,” *Harper’s*, November 1984 ($7 billion per year).

In the past fifteen years, the industry has increased 1,600 times over and now has more outlets than McDonald’s. See Jane Caputi, *The Age of Sex Crime* (Bowling Green, Ohio: Bowling Green State University, Popular Press, 1987).

United States alone, a million dollars a day: Consumer Association of Penang, *Abuse of Women in the Media* (Oxford: Oxford University Press, 1985), cited in Debbie Taylor et al., *Women: A World Report*, (Oxford: Oxford University Press, 1985), p. 67.

British magazines, Angela Lambert, “Amid the Alien Porn,” *The Independent*, July 1, 1989.

Swedish pornography: Gunilla Bjarsdal. Stockholm: Legenda Publishing Research, 1989.

18 million U.S. men: Taylor et al., op. cit., p. 67.

One American man in ten: John Crewdson, *By Silence Betrayed: Sexual Abuse of Children* (New York: Harper & Row, 1988), p. 249.

Best read in Canada: Caputi, op. cit., p. 74.

Italian pornography: The Institute for Economic and Political Studies, Italy; research by Mondadori Publishing, 1989.

Increasingly violent: See Andrea Dworkin, *Pornography: Men Possessing Women* (New York: Putnam, 1981), especially “Objects,” pp. 101–128. On Herschel Gordon Lewis, see Caputi, op. cit., p. 91. Also, concerning

competition with pornography, see Tony Garnett, director of *Handgun*, Weintraub Enterprises, quoted in “Rape: That’s Entertainment?,” Jane Mills, producer, *Omnibus*, BBC1, September 15, 1989. According to Garnett, “One of the reasons a film like this is probably financed is because there is a rape scene at the center of it. There was…a considerable pressure from the various distributors who controlled it. Most of the people who dealt with it were very disappointed in the film, particularly in the rape because it was not sexually exciting and I was asked if we had any off-cuts that we could re-cut in to make it more sexually exciting because that sells tickets.”

30 percent U.S. made: “Stars and Stripes Everywhere,” *The Observer*, October 8, 1989.

71 percent imports: Paul Harrison, *Inside the Third World: The Anatomy of Poverty* (London: Penguin Books, 1980).

TV ownership in India: Edward W. Desmond, “Puppies and Consumer Boomers,” *Time*, November 14, 1989. (In 1984 Indian advertisers began to sponsor shows.) Worldwide deregulation of airwaves: The Dutch government is concerned about satellitebased pornography and commercial TV from Luxembourg. Some European foreign ministers believe that “by the end of the next decade the US-dominated media empires will have a stranglehold on global broadcasting.” [John Palmer, “European Ministers Divided Over US ‘Media Imperialism,’” *The Guardian*, Oct. 3, 1989.]

In “Review and Appraisal: Communication and Media,” a paper presented to the World Conference to Review and Appraise the Achievements of the United Nations Decade for Women, Nairobi, 1985 (A/CONF. 116/5), a worldwide survey found that in the media, there is little representation of women’s changing roles. In Mexico, women are “the soul of the home” or the “sex object.” In Turkey, the typical woman in the media is “mother, wife, sex symbol”; the Ivory Coast emphasizes her “charm, beauty, frivolity, fragility.” Cited in Taylor et al., op. cit., p. 78.

$9 billion: “Stars and Stripes Everywhere,” op. cit.

Glitz blitz: “You Must Be Joking,” *The Guardian*, October 10, 1989.

Contradictory freedoms: Cynthia Cockburn, “Second Among Equals,” *Marxism Today*, July 1989.

Glamour See David Remnick, “From Russia with Lycra,” *Gentlemen’s Quarterly*, November 1988.

Reform: David Palliser: *The Guardian*, October 16, 1989.

Negoda: "From Russia with Sex," *Newsweek*, April 17, 1989.

China: See "The Queen of the Universe," *Newsweek*, June 6, 1988.

Tatiana Mamanova: Quoted in Caputi, op. cit., p. 7.

Silences: J. Winship, op. cit., p. 40.

Looking intelligent: Penny Chorlton, *Cover-up: Taking the Lid Off the Cosmetics Industry* (Wellingborough, U.K.: Grapevine, 1988), p. 47; also Gloria Steinem, "Sex, Lies and Advertising," *Ms.*, September 1990.

Ad pressure…gray hair Michael Hoyt, "When the Walls Came Tumbling Down," *Columbia Journalism Review*, March/April 1990, pp. 35–40.

Steinem: See Gloria Steinem, *Outrageous Acts and Everyday Rebellions* (New York: Holt, Rinchart and Winston, 1983), p. 4.

Her lifetime: Marilyn Webb, "Gloria Leaves Home," *New York Woman*, July 1988.

Ten presidents: Lisa Lebowitz, "Younger Every Day," *Harper's Bazaar*, August 1988.

More on advertising: Chorlton, op. cit., p. 46.

Cosmetic stock: *Standard and Poor's Industry Surveys* (New York: Standard and Poor's Corp., 1988). In the United States, in 1987, the cosmetics, toiletries, and personal care products industry accounted for $18.5 billion, with cosmetics making up 27 percent of that figure; see Robin Marantz Henig, "The War on Wrinkles," *New Woman*, June 1988.

Much of the growth is due to the depressed price of petroleum derivatives, especially ethanol, which is the base of most products. "A major factor underlying the group's performance," according to the 1988 *Standard and Poor's Industry Surveys*, "has been its favorable cost/price ratio."

Beauty editors: Chorlton, "Publicity Disguised as Editorial Matter," in *Cover-up*, op. cit., pp. 46–47.

Dalma Heyn: Pat Duarte, "Older, but Not Invisible," *Women's Center News* (Women's Center of San Joaquin County, Calif.), vol. 12, no. 12

(August 1988), pp. 1–2.

Bob Ciano: Quoted in ibid., p. 2.

Advertising revenue: A single issue of *Harper's and Queen*, in October 1988, carried £100,000 worth of ads from cosmetics companies: Gerald McKnight, *The Skin Game: The International Beauty Business Brutally Exposed* (London: Sidgwick and Jackson, 1987), p. 65.

Advertising depends on…dieting: Magazine Publishers of America, op. cit.

Religion

Pray Your Weight Away!: Roberta Pollack Seid, *Never Too Thin* (New York: Prentice Hall, 1989), p. 107.

Tradition: See Carol Gilligan, *In a Different Voice: Psychological Theory and Women's Development* (Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1982).

Blessed…among women: Roman Catholic missal.

Price beyond rubies: Proverbs 3:10–31.

Women outnumbered men: Nancy F. Cott, *The Bonds of Womanhood: Woman's Sphere in New England, 1780–1835* (New Haven: Yale University Press, 1977), p. 126.

Ministers: See Ann Douglas, *The Feminization of American Culture* (New York: Knopf, 1977).

Harriet Martineau: Cott, op. cit., p. 138.

Morphology: Ibid., p. 139.

Creation story: Genesis, 2:21–23.

Be ye…perfect: Matthew 5:48.

Wilson: Quoted in Gerald McKnight, *The Skin Game: The International Beauty Business Brutally Exposed* (London: Sidgwick & Jackson, 1989), p. 158.

Second Class: Oscar Wilde, *Lecture on Art*, cited in Richard Ellman, *Oscar Wilde* (London: H. Hamilton, 1987).

Neither male nor female: Galatians 3:28.

Men…distort theirs positively: Daniel Goleman, "Science Times," *The New York Times*, March 15, 1989, citing April Fallon and Paul Rozin, "Sex Differences in Perceptors of Body Size," *Journal of Abnormal Psychology*, vol. 4 (1983). See also John K. Collins et al., "Body Percept Change in Obese Females After Weight Loss Reduction Therapy," *Journal of Clinical Psychology*, vol. 39 (1983): *All* of sixty-eight eighteen-to-sixty-five-yearold women judged themselves to be fatter than they actually were.

Strongly dissatisfied: "Staying Forever Young," *San Francisco Chronicle*, October 12, 1988.

Most weight-loss enrollment female: See Eva Szekely, *Never Too Thin* (Toronto: The Women's Press, 1988).

Convention: "Views on Beauty: When Artists Meet Surgeons," *The New York Times*, June 20, 1988.

Fragen: Ronald Fragen, "The Holy Grail of Good Looks," *The New York Times*, June 29, 1988.

Rees: Dr. Thomas D. Rees with Sylvia Simmons, *More Than Just a Pretty Face: How Cosmetic Surgery Can Improve Your Looks and Your Life* (Boston: Little, Brown, 1987), p. 63.

Niôsome: Advertisement for Niôsome Système Anti-Age.

Kim Chernin: See *The Obsession: Reflections on the Tyranny of Slenderness* (New York: Harper & Row, 1981), p. 39.

Menstruation taboos: Rosalind Miles, *The Women's History of the World* (London: Grafton Books, 1988), pp. 108–109.

Surveillance: Elaine Showalter, *The Female Malady: Women, Madness and English Culture, 1830–1980* (New York: Pantheon Books, 1985), p. 212.

Watch ye therefore: Mark 13:35.

Stand naked: Alexandra Cruikshank et al., *Positively Beautiful: Everywoman's Guide to Face, Figure and Fitness* (Sydney and London: Bay Books, 1988), p. 25.

Souls: Cott, op. cit., p. 136.

Richard Stuart: Seid, op. cit., pp. 169–170.

The snares of death: Psalm 116.

Men cut off women: Dale Spender, *Man Made Language* (London and New York: Routledge and Kegan Paul, 1985). See also Laura Shapiro, "Guns and Dolls," *Newsweek*, May 28, 1990, and Edward B. Fiske, "Even at a Former Women's College, Men Are Taken More Seriously, A Researcher Finds," *The New York Times*, April 11, 1990.

Cult converters and hypnotists: Willa Appel, *Cults in America:*

Programmed for Paradise (New York: Holt, Rinehart & Winston, 1983).

Stare fixedly: All quotes from cult members are from Appel, ibid.

Massive con: McKnight, op. cit., p. 20.

Herstein: Ibid., pp. 24–25.

Industry insiders: Quoted in ibid., p. 74.

Roddick: Quoted in ibid., pp. 55–56.

Disney: Quoted in ibid., p. 17.

Sugiyama: Quoted in ibid., p. 4.

Kligman: Ibid., p. 39.

FDA: Ibid., pp. 17–29.

To punish anyone: Deborah Blumenthal, "Softer Sell in Ads for Beauty Products," *The New York Times*, April 23, 1988, p. 56.

Rejuvenation: British Code of Advertising, Section C.I 5.3.

Day care: Felicity Barringer, "Census Report Shows a Rise in Child Care and Its Costs," *The New York Times*, August 16, 1990.

Women *are* under attack…44 percent: See Diana E. H. Russell, *Rape: The Victim's Perspective* (New York: Stein & Day, 1975).

21 percent…abused: Angela Browne, *When Battered Women Kill* (New York: Free Press, 1987), pp. 4–5.

One British woman in seven raped: Ruth E. Hall, *Ask Any Woman: A London Inquiry into Rape and Assault* (Bristol, U.K.: Falling Wall Press, 1985).

Standard of living declines: Lenore Weitzman, "Social and Economic Consequences of Property, Alimony and Child Support Awards," *University of California Los Angeles Law Review*, vol. 28 (1982), pp. 1118–1251.

Child support: See Ruth Sidel, *Women and Children Last: The Plight of Poor Women in Affluent America* (New York: Penguin Books, 1987), p. 104.

Median income: Ibid., p. 18.

Harassment: See Catharine A. MacKinnon, *Sexual Harassment of Working Women: A Case of Sex Discrimination* (New Haven: Yale University Press, 1979); also Rosemarie Tong, *Women, Sex and the Law* (Totowa, N.J.: Rowman and Littlefield, 1984).

Women make…: Sidel, op. cit., p. 17.

Divorce rate: Debbie Taylor et al., *Women: A World Report* (Oxford: Oxford University Press, 1985), p. 13.

Food: Linda Wells, "Food for Thought," *The New York Times Magazine*, July 30, 1989.

La Prairie: Anthea Gerrie, "Inject a Little Fun into Your Marriage," "Male and Femail," *Mail on Sunday*, 1988.

Fetal tissue: McKnight, op. cit., p. 84.

Prices: Quoted in Linda Wells, "Prices: Out of Sight," *The New York Times Magazine*, July 16, 1989.

Cost of product: Quoted in McKnight, op. cit., p. 66.

Cults: Appel, op. cit., pp. 113–137. See also Chernin, op. cit., pp. 35–36, on cults.

Set a watch: Based on Psalm 141:3.

Weight Watchers: WW international statistics, Dutch *Viva*, September 1989.

Appel, op. cit., p. 1–21.

Ibid., p. 31.

Ibid., p. 50.

Ibid., p. 59.

Ibid., p. 61.

Ibid., p. 64.

Ibid., p. 133.

Ibid., 72.

Lasch: See Christopher Lasch, *The Culture of Narcissism: American Life in an Age of Diminishing Expectations* (New York: Warner Books, 1979).

Sex

Kinsey: Alfred Kinsey et al.: *Sexual Behavior in the Human Female* (Philadelphia: W. B. Saunders Co., 1953); cited in Debbie Taylor et al., *Women: A World Report* (Oxford: Oxford University Press, 1985), p. 62.

Destroying it: Rosalind Miles, *The Women's History of the World* (London: Paladin Grafton Books, 1988), p. 115.

Sex is learned: See Elaine Morgan, *The Descent of Woman* (New York: Bantam Books, 1972), pp. 76, 77. According to Morgan:

"You might imagine that copulation was such a basic and 'instinctive' process that it would be very little affected by learning and imitation…but as far as sex is concerned, you would be wrong, at least about primates. Harlow and Harlow's experiments in the 1950's proved beyond doubt that if a baby monkey is reared in isolation, unable either to experiment with coevals or to observe its elders copulating (which young primates do, with great curiosity and often at hamperingly close quarters, whenever they can), then, when it grows up, it hasn't got the faintest idea how to go about it, and if it is a male, it dies without issue."

Jack Sullivan: Quoted in Jane Caputi, *The Age of Sex Crime* (Bowling Green, Ohio: Bowling Green State University Popular Press, 1987), p. 63.

Siskel: Quoted ibid., p. 84. Life and art converged in the 1980s: In the novel *Confessions of a Lady Killer*, a sex killer stalks feminists; *Tightrope*, the hero fantasizes strangling a feminist rape-crisis counselor; in December 1989, a man shot fourteen young women in Canada, shouting, "I hate feminists."

France: "French Without Fears," *The Observer* (London), September 17, 1989, Screen Actors Guild: "Actresses Make Less Than Men, New Study Says," *San Francisco Chronicle*, August 2, 1990.

Next to *Time*: Susan G. Cole, *Pornography and the Sex Crisis* (Toronto: Amanita Enterprises, 1989), p. 37.

The authorities in Sweden: Anita Desai, "The Family—Norway," in Taylor et al., op. cit., p. 24.

Spare Rib censored: Caroline Harris and Jennifer Moore, "Altered Images," *Marxism Today*, November 1988, pp. 24–27.

Judy Chicago: Jonetta Rose Barras, “U.D.C.’s $1.6 Million Dinner,” *The Washington Times*, July 18, 1990.

Canadian women’s film was banned: Caputi, op. cit., p. 72.

Fantasy lives: Taylor et al., op. cit., p. 66.

Less likely to believe a rape victim: Neil M. Malamuth and Edward Donnerstein, eds., *Pornography and Sexual Aggression* (New York: Academic Press, 1984).

Desensitizing: Dolph Zillman and Jennings Bryant, “Pornography, Sexual Callousness and the Trivialization of Rape,” *Journal of Communication*, vol. 32 (982), pp. 16–18.

Trivialize the severity: Donnerstein and Linz: “Pornography: Its Effect on Violence Against Women,” in Malamuth and Donnerstein, eds., op. cit., pp. 115–138.

Violence alone: Edward Donnerstein and Leonard Berkowitz, “Victim Reactions in Aggressive Erotic Films as a Factor in Violence Against Women,” *Personality and Social Psychology Bulletin*, vol. 41, (1981), pp. 710–724.

Wendy Stock, “The Effects of Pornography on Women,” testimony for the Attorney General’s Commission on Pornography, 1985.

Carol L. Krafka, “Sexually Explicit, Sexually Violent and Violent Media: Effects of Multiple Naturalistic Exposures and Debriefing on Female Viewers,” doctoral thesis, University of Wisconsin, 1985.

Consumerism: Barbara Ehrenreich, Elizabeth Hess, and Gloria Jacobs, *Re-Making Love: The Feminization of Sex* (London: Fontana/Collins, 1986), p. 110.

Orgasm: For statistics on orgasm, see Shere Hite, *The Hite Report* (London: Pandora Press, 1989), pp. 225–270.

Kaplan: Helen Singer Kaplan, *The New Sex Therapy* (New York: Brunner/Mazel, 1974).

Seymour Fischer: See *Understanding the Female Orgasm* (New York: Bantam Books, 1973).

British women: Wendy Faulkner, “The Obsessive Orgasm: Science, Sex and Female Sexuality,” in Lynda Birke et al., *Alice Through the*

Microscope (London: Virago Press, 1980), p. 145. See also R. Chester and C. Walker, "Sexual Experience and Attitudes of British Women," in R. Chester and J. Peel, *Changing Patterns of Sexual Behaviour* (London: Academic Press, 1979).

Danish women: K. Garde and I. Lunde, "Female Sexual Behaviour A Study of a Random Sample of Forty-Year-Old Women," *Maturita*, vol. 2 (1980).

Sudanese women: A. A. Shandall, "Circumcision and Infibulation of Females," Faculty of Medicine, University of Khartoum; cited in Taylor et al., op. cit., p. 61.

Foolishly decides: Alice Walker, "Coming Apart," in *You Can't Keep a Good Woman Down* (San Diego: Harcourt Brace Jovanovich, 1981), pp. 41–53.

I fantasize: Nancy Friday, *My Secret Garden: Women's Sexual Fantasies* (London: Quartet Books, 1985), p. 147.

Strongly dissatisfied: Dr. Thomas Cash, Diane Cash, and Jonathan Butters, "MirrorMirror on the Wall: Contrast Effects and Self-Evaluation of Physical Attractiveness,"

Personality and Social Psychology Bulletin, vol. 9 (3), September 1983.

Hutchinson: Jane E. Brody, "Personal Health," *The New York Times*, October 20, 1988.

The old man kissed her: Miles, op. cit., pp. 97, 141.

Swept away: see Carol Cassell, *Swept Away: Why Women Confuse Love and Sex* (New York: Simon & Schuster, 1984); for a psychoanalytic explanation of the overdetermination of the female body, see Dorothy Dinnerstein, *Sexual Arrangements and the Human Malaise*, (New York: Harper Colophon, 1977).

48.7 percent of U.S. abortions: "Paths to an Abortion Clinic: Seven Trails of Conflict and Pain," *The New York Times*, May 8, 1989.

1983 random survey: Report of the Los Angeles Commission on Assaults Against Women.

See Page Mellish, ed. "Statistics on Violence Against Women," *The Backlash Times*, 1989.

By her husband or ex-husband: Diana E. H. Russell, cited in Angela Browne, *When Battered Women Kill* (New York: Free Press, 1987), p. 100. For U.S. marital rape figures of one wife in ten, see David Finkelhor and Kersti Yllo, *License to Rape: Sexual Abuse of Wives* (New York: The Free Press, 1985). Menachem Amir's figures, now thought to be too low, showed rates of rape for black women to be 50 percent; for white women, 12 percent, or one in eight. See Menachem Amir, *Patterns in Forcible Rape* (Chicago: University of Chicago Press, 1971), p. 44. See also Diana E. H. Russell, *Rape in Marriage* (Bloomington: Indiana University Press, 1982), p. 66.

Dutch families: see *Geweld tegen vrouwen in heteroseksuele relaties* (Renee Romkers, 1989); *Sexueel misbruik van meisjes door verwanten* (Nel Draijer, 1988).

Sweden: Research by Gunilla Bjarsdal. Stockholm: Legenda Publishing Research, 1989.

For an international overview of the prevalence of marital rape, see Diana E. H. Russell, "Wife Rape in Other Countries," in *Rape in Marriage*, pp. 333–354.

Canada: Caputi, op. cit., p. 54.

England: R. Hall, S. James, and J. Kertesz, *The Rapist Who Pays the Rent* (Bristol, England: Falling Wall Press, 1981). Spousal rape was not a crime in Canada until 1983, in Scotland until 1982, and is not yet a crime in England or in many states in the United States.

London women: Ruth Hall, *Ask Any Woman: A London Inquiry into Rape and Sexual Assault* (Bristol, England: Falling Wall Press, 1981).

Epidemic: Mellish, op. cit. Also Lenore Walker, "The Battered Woman," *The Backlash Times*, 1979, p. 20. Walker estimates that as many as 50 percent of all women will be battered at some point in their lives.

Harris poll: See Browne, op. cit.

94–95 percent of cases: Ibid., p. 8.

Assault each year: Ibid., pp. 4–5.

One quarter of violent crime in United States: M. Barret and S. Mclntosh, in Taylor et al., op cit.

Researchers in Pittsburgh: Browne, op. cit., pp. 4–5.

Canadian married women: Linda McLeod, *The Vicious Circle* (Ottawa: Canadian Advisory Council on the Status of Women, 1980), p. 21. One woman in Canada raped every 17 minutes: See Julie Brickman, "Incidence of Rape and Sexual Assault in Urban Canadian Population," *International Journal of Women's Studies*, vol. 7 (1984), pp. 195–206.

NIMH study: Browne, op. cit., p. 9.

Incest: Kinsey et al., op. cit., *Sexual Behavior in the Human Female*, cited in John Crewdson, *By Silence Betrayed: Sexual Abuse of Children in America* (Boston: Little, Brown, 1988), p. 25.

Diana Russell: Reported in ibid., p. 25.

Bud Lewis: Ibid., p. 28.

Worldwide research…year out: Taylor et al., op. cit.

Anorexics…sexually abused: Deanne Stone, "Challenging Conventional Thought," an interview with Doctors Susan and Wayne Wooley, *Radiance*, Summer 1989.

Elizabeth Morgan: Quoted in Joyce Egginton, "The Pain of Hiding Hilary," *The Observer*, November 5, 1989.

Sexual pleasure…not from a good place: Caputi, op. cit., p. 116.

Theorists…of pornography: See Susan Griffin, *Pornography and Silence* (London: The Women's Press, 1988); Susan G. Cole, *Pornography and the Sex Crisis* (Toronto: Amanita, 1989); Andrea Dworkin, *Pornography: Men Possessing Women* (New York: Putnam, 1981); Gloria Steinem, "Erotica vs. Pornography," in *Outrageous Acts and Everyday Rebellions* (New York: Holt, Rinehart and Winston, 1983), pp. 219–232; Susanne Kappeler, *The Pornography of Representation* (Minneapolis: University of Minnesota Press, 1986).

12 percent of British and American parents: "Striking Attitudes," *The Guardian*, November 15, 1989, citing *The British Social Attitudes Special International Report* by Roger Jowell, Sharon Witherspoon, and Lindsay Brook(London: Social and Community Planning Research, Gower, 1989).

MTV: Quoted in Caputi, op. cit, p. 39.

Alice Cooper: Adam Sweeting, “Blame It on Alice,” *The Guardian*, December 1, 1989.

Ms. magazine: Robin Warshaw, *I Never Called It Rape: The* Ms. *Report on Recognizing, Fighting and Surviving Date and Acquaintance Rape* (New York: The Ms. Foundation for Education and Communication with Sarah Lazin Books, 1988), p. 83; research by Mary P. Koss, Kent State University, with the Center for Prevention and Control of Rape.

Relate directly to acquaintance rape: Ibid., p. 96.

“I like to dominate a woman”: Survey was conducted by Virginia Green-linger, Williams College, and Donna Byrne, SUNY-Albany; cited in Warshaw, p. 93.

8 percent of college men had raped: Ibid., p. 84. The pornography that respondents read consisted of: *Playboy, Penthouse, Chic, Club, Forum, Gallery, Genesis, Oui* or *Hustler*.

58 percent of college males: John Briere and Neil M. Malamuth, “Self-Reported Likelihood of Sexually Aggressive Behavior Attitudinal versus Sexual Explanations,” *Journal of Research in Personality*, Vol. 37 (1983), pp. 315–318.

30 percent rated faces showing distress more attractive: Alfred B. Heilbrun, Jr., Emory; Maura P. Loftus, Auburn University; cited in ibid., p. 97. See also: N. Malamuth, J. Heim, and S. Feshbach, “Sexual Responsiveness of College Students to Rape Depictions: Inhibitory and Disinhibitory Effects,” *Social Psychology*, vol. 38 (1980), p. 399.

Among 3,187 women: Warshaw, op. cit, p. 83.

Heart attacks: Ibid., p. 11.

Auburn University: Ibid., pp. 13–14. Also at Auburn University, Professor Barry R. Burkhart found that 61 percent of male students said they had sexually touched a woman against her will.

Did not call it “rape”: Ibid., pp. 3, 51, 64, 66, 117.

Violence from dating partner Browne, op. cit., p. 42.

Fourteen- to eighteen-year-olds: See study by Jacqueline Goodchild et al., cited in Warshaw, op. cit., p. 120.

A recent survey in Toronto: Caputi, op. cit., p. 119.

Preoccupation with face and hair: Daniel Goleman, “Science Times,” *The New York Times*, March 15, 1989.

William Butler Yeats: “For Ann Gregory,” in *The Collected Poems of W. B. Yeats* (London: MacMillan, 1965).

Mary Gordon: *Final Payments* (London: Black Swan, 1987).

Gertrude Stein: Quoted in Arianna Stassinopoulos, *Picasso: Creator and Destroyer* (New York: Simon & Schuster, 1988).

Hunger

Woolf: Virginia Woolf, *A Room of One's Own* (San Diego: Harcourt Brace Jovanovich, 1981); reprint of 1929 edition.

Anorexia and Bulimia Association: cited in Joan Jacobs Brumberg, *Fasting Girls: The Emergence of Anorexia Nervosa as a Modern Disease* (Cambridge, Mass: Harvard University Press, 1988), p. 20.

AIDS: "AIDS Toll Rises by 50 percent," *Glasgow Herald*, January 7, 1990.

5 to 20 percent of women students: Brumberg, op. cit., p. 12.

50 percent of college women: *Ms.*, October 1983. A recent University of California at San Francisco survey showed "*all* [italics added] the 18-year-olds said they currently use vomiting, laxatives, fasting, or diet pills to control their weight. [Jane Brody, "Personal Health," *The New York Times*, March 18, 1987.]

Bulimic: Cited in Roberta Pollack Seid, *Never Too Thin: Why Women Are at War with Their Bodies* (New York: Prentice Hall, 1989), p. 21.

Death rate: L.K.G. Hsu, "Outcome of Anorexia Nervosa: A Review of the Literature," *Archives of General Psychiatry*, vol. 37 (1980), pp. 1041–1042. For a thorough overview of the literature, see L. K. George Hsu, M. D., *Eating Disorders* (New York: The Guildford Press, 1990).

Never recover completely: Brumberg, op. cit., p. 24.

Medical effects: Brumberg, op. cit., p. 26. According to *The Penguin Encyclopaedia of Nutrition* (New York: Viking, 1985): "The patient's teeth are eroded by acidity of ejected gastric contents. Imbalance of blood chemistry can lead to serious irregularities of the heartbeat, and to kidney failure. Epileptic seizures are not uncommon. Irregular menstrual pattern [leads to infertility]," op. cit.

Failure to thrive: Seid, op. cit., p. 26, citing Michael Pugliese et al., "Fear of Obesity: A Cause of Short Stature and Delayed Puberty," *New England Journal of Medicine*, September 1, 1983, pp. 513–518. See also Rose Dosti, "Nutritionists Express Worries About Children Following Adult Diets," *Los Angeles Times*, June 29, 1986.

50 percent of British women suffer: Julia Buckroyd, "Why Women Still

Can't Cope with Food," British *Cosmopolitan*, September 1989.

Spreading to Europe: Hilde Bruch, *The Golden Cage: The Enigma of Anorexia Nervosa* (New York: Random House, 1979), cited in Kim Chernin, *The Obsession: Reflections on the Tyranny of Slenderness* (New York: Harper & Row, 1981), p. 101.

Sweden: Cecilia Bergh Rosen, "An Explorative Study of Bulimia and Other Excessive Behaviours," King Gustav V Research Institute, Karolinska Institute, Stockholm, and the Department of Sociology and the School of Social Work, University of Stockholm, Sweden (Stockholm, 1988). "Social seclusion and economic problems were seen as the two most negative effects of bulimia. Although physical consequences were severe, the probands were not deterred by this.… In all cases bulimia was said to have caused social withdrawal and isolation" [p. 77].

Italian teenagers: Professor N. Frighi, "Le Sepienze," Institute for Mental Health, University of Rome, 1989; study of over 4,435 secondary-school students.

Middle-class: Brumberg, *Fasting Girls*, p. 9. Ninety to 95 percent of anorexics are young, white, female, and disproportionately middle- and upper-class. The "contagion" is confined to the United States, Western Europe, Japan, and areas experiencing "rapid Westernization" [Ibid., pp. 12–13]. Recent studies show that the higher the man's income, the lower his wife's weight [Seid, op. cit., p. 16].

The look of sickness: Ann Hollander, *Seeing Through Clothes* (New York: Viking Penguin, 1988), p. 151.

The average model…23 percent: Reported in Verne Palmer, "Where's the Fat?," *The Outlook*, May 13, 1987, quoting Dr. C. Wayne Callaway, director of the Center for Clinical Nutrition at George Washington University; cited in Seid, op. cit., p. 15.

Twiggy: Quoted in Nicholas Drake, ed., *The Sixties: A Decade in Vogue* (New York: Prentice Hall, 1988).

Playboy Playmates: See David Garner et al., "Cultural Expectations of Thinness in Women," *Psychological Reports*, vol. 47 (1980), pp. 483–491.

25 percent on diets: Seid, op. cit., p. 3.

Glamour survey: Survey by Drs. Wayne and Susan Wooley, of the

University of Cincinnati College of Medicine, 1984: “33,000 Women Tell How They Really Feel About Their Bodies,” *Glamour*, February 1984.

Obesity…heart disease: See “Bills to Improve Health Studies of Women,” *San Francisco Chronicle*, August 1, 1990: According to Rep. Barbara Mikulski (Democrat, Maryland), nearly all heart disease research is done on male subjects; the National Institutes of Health spends only 13 percent of its funds on women’s health research.

J. Polivy and C. P. Herman: “Clinical Depression and Weight Change: A Complex Relation,” *Journal of Abnormal Psychology*, vol. 85 (1976), pp. 338–340. Cited in Ilana Attie and J. Brooks-Gunn, “Weight Concerns as Chronic Stressors in Women,” in Rosalind C.

Barnett, Lois Biener, and Grace K. Baruch, eds., *Gender and Stress* (New York: The Free Press, 1987), p. 237.

Other theories: Rudolph M. Bell, *Holy Anorexia* (Chicago and London: The University of Chicago Press, 1985); Kim Chernin, *The Hungry Self: Women, Eating and Identity* (London: Virago Press, 1986); Marilyn Lawrence, *The Anorexic Experience* (London: The Women’s Press, 1984); Susie Orbach, *Hunger Strike: The Anorectic’s Struggle as a Metaphor for our Age* (London: Faber and Faber, 1986); Eva Szekeley, *Never Too Thin* (Toronto: The Women’s Press, 1988); Susie Orbach, *Fat Is a Feminist Issue* (London: Arrow Books, 1989).

Rome: Sarah Pomeroy, *Goddesses, Whores, Wives and Slaves: Women in Classical Antiquity* (New York: Shocken Books, 1975), p. 203. Under Trajan, the allowance for boys was sixteen sesterces, twelve for girls; in a second-century foundation, boys were given twenty sesterces to girls’ sixteen [Ibid.].

Infanticide: M. Piers, *Infanticide* (New York: W. W. Norton, 1978); and Marvin Harris, *Cows, Pigs, Wars and Witches: The Riddles of Culture* (New York: Vintage, 1975).

Botswana: See Jalna Hammer and Pat Allen, “Reproductive Engineering: The Final Solution?,” in Lynda Birke et al., *Alice Through the Microscope: The Power of Science Over Women’s Lives* (London: Virago Press, 1980), p. 224.

Less nutritious: See L. Leghorn and M. Roodkowsky, “Who Really Starves?,” *Women and World Hunger* (New York, n.a., 1977).

Turkey: Debbie Taylor et al., *Women: A World Report* (Oxford: Oxford

University Press, 1985), p. 47.

Not hungry: While both Kim Chernin and Susie Orbach describe this pattern, they do not conclude that it directly serves to maintain a political objective.

Anemic: Taylor et al., op. cit., p. 8, citing E. Royston, "Morbidity of Women: The Prevalence of Nutritional Anemias in Developing Countries," World Health Organization Division of Family Health (Geneva: 1978).

In a sample of babies: Susie Orbach, op. cit., pp. 40–41.

Healthy twenty-year-old female: Seid, op. cit., p. 175.

38 percent body fat: Anne Scott Beller, *Fat and Thin* (New York: Farrar, Straus and Giroux, 1977); for discussion of set-point theory (the weight which the body defends), see Seid, op. cit., p. 182. See also Gina Kolata, "Where Fat Is Problem, Heredity Is the Answer, Studies Find," *The New York Times*, May 24, 1990.

Caloric needs: Derek Cooper, "Good Health or Bad Food? 20 Ways to Find Out," *Scotland on Sunday*, December 24, 1989; Sarah Bosely, "The Fat of the Land," *The Guardian*, January 12, 1990.

Women who exercise: Seid, op. cit., p. 40.

Ovarian cancer: Ibid., p. 29.

Inactive ovaries, Saffron Davies, "Fat: A Fertility Issue," "Health Watch," *The Guardian*, June 30, 1988.

Frisch: Rose E. Frisch, "Fatness and Fertility," *Scientific American*, March 1988.

Low-birthweight babies: *British Medical Journal*, cited in British *Cosmopolitan*, July 1988.

But desire: Seid, op. cit., pp. 290–291.

Develop breasts: Magnus Pyke, *Man and Food* (London: Weidenfeld and Nicolson, 1970), pp. 140–145.

Loyola University: Seid, op. cit., p. 360, quoting Phyllis Mensing, "Eating Disorders Have Severe Effect on Sexual Function," *Evening Outlook*, April 6, 1987.

Exercisers lose interest in sex: Seid, op. cit., p. 296 citing Alayne Yatres et al., "Running—An Analogue of Anorexia?," *New England Journal of Medicine*," February 3, 1983, pp. 251–255.

Sexless anorexics: Brumberg, op, cit., p. 267.

Sexless bulimics: Mette Bergstrom, "Sweets and Sour," *The Guardian*, October 3, 1989.

In India: Taylor et al., op. cit., p. 86.

Self-inflicted semi-starvation: Seid, op. cit., p. 31.

University of Minnesota: See ibid., p. 266; excerpts from Attic and Brooks-Gunn, *Gender and Stress*, op. cit.

Social Isolation: See Rosen, op. cit. See also Daniota Czyzewski and Melanie A. Suhz, eds., Hilda Bruch, *Conversations with Anorexics* (New York: Basic Books, 1988). See also Garner et al., op. cit, pp. 483–491.

Half-crazed confessions: Seid, op. cit., pp. 266–267.

[Dutch] great famine: Pyke, op. cit., pp. 129–130.

Lodz ghetto: See Lucian Dobrischitski, ed., *The Chronicles of the Lodz Ghetto* (New Haven: Yale University Press, 1984). See also Jean-Francis Steiner, *Treblinka* (New York: New American Library, 1968).

Starvation rations: Paula Dranov, "Where to Go to Lose Weight," *New Woman*, June 1988.

Food deprivation: Seid, op. cit., p. 266.

Eating diseases caused by dieting: Attie and Brooks-Gunn, op. cit., p. 243: "According to this perspective, dieting becomes an addiction, maintained by (1) feelings of euphoria associated with successful weight loss, requiring further caloric restriction to maintain the pleasurable, tension-relieving effects; (2) physiologic changes by which the body adapts to food deprivation; and (3) the threat of "withdrawal" symptoms associated with food consumption, including rapid weight gain, physical discomfort, and dysphoria."

Woolf, op. cit., p. 10.

Austin Stress Clinic: Raymond C. Hawkins, Susan Turell, Linda H. Jackson, Austin Stress Clinic, 1983: "Desirable and Undesirable Masculine and Feminine Traits in Relation to Students' Dieting

Tendencies and Body Image Dissatisfaction," *Sex Roles*, vol. 9 (1983), p. 705–718.

An indifferent eye: The Intercollegiate Eating Disorders Conference, mentioned by Brumberg [op. cit.], did draw many colleges' representatives. But according to women's centers in several Ivy League universities, eating diseases are not dealt with beyond self-help groups, and certainly not at an administrative level. The entire term's budget for the Yale University Women's Center is $600, up from $400 in 1984. "Diet-conscious female students report that fasting, weight control and binge eating are a normal pan of life on American college campuses." [Brumberg, op. cit., p. 264, citing K. A. Halmi, J. R. Falk, and E. Schwartz, "Binge-Eating and Vomiting: A Survey of a College Population," *Psychological Medicine* 11 (1981), pp. 697–706.]

Disgust: Quoted in Robin Tolmach Lakoff and Raquel L. Scherr, *Face Value: The Politics of Beauty* (London and Boston: Routledge and Kegan Paul, 1984), pp. 141–142, 168–169.

Friedan: Betty Friedan, *Lear's,* "Friedan, Sadat," May/June 1988.

Meehan: Quoted in Jean Seligman, "The Littlest Dieters," *Newsweek*, July 27, 1987.

Little girls' cosmetics: Linda Wells, "Babes in Makeup Land," *The New York Times Magazine*, August 13, 1989.

Violence

Throughout the 1980s: The figure of more than 2 million Americans was up from 590,550 in 1986 (a rise of 24 percent from 1984). See *Standard and Poor's Industry Surveys* (New York: Standard and Poor's Corp., 1988) and Martin Walker, "Beauty World Goes Peanuts," *The Guardian* (London), September 20, 1989. But since over 80 percent of eyelifts, facelifts, and nose operations are on female patients, as are virtually all breast surgery and liposuction operations, the true female-male ratio must be higher than 87 percent—meaning that cosmetic surgery is only properly understood as a *processing of femaleness*. See, for figures, Joanna Gibbon, "A Nose by Any Other Shape," *The Independent* (London), January 19, 1989.

Violence, once begun: Angela Browne, *When Battered Women Kill* (New York: Free Press, 1987) p. 106.

The Emperor Constantine: Sarah Pomeroy, *Goddesses, Whores, Wives and Slaves: Women in Classical Antiquity* (New York: Shocken Books, 1975), p. 160.

Sontag: Susan Sontag, *Illness as Metaphor* (New York: Schocken Books, 1988).

Misbegotten man: Barbara Ehrenreich and Deirdre English, *Complaints and Disorders: The Sexual Politics of Sickness* (Old Westbury, N.Y.: The Feminist Press, 1973); "Repulsive and useless hybrid," ibid., p. 28.

Michelet Quoted in Peter Gay, *The Bourgeois Experience, Volume II: The Tender Passion* (New York: Oxford University Press, 1986), p. 82.

Separate sphere: See Sarah Stage, *Female Complaints: Lydia Pinkham and the Business of Women's Medicine* (New York: W. W. Norton, 1979), p. 68.

1870–1920: Elaine Showalter, *The Female Malady: Women, Madness and English Culture, 1830–1980* (New York: Pantheon Books, 1985), p. 18. See also Mary Livermore's "Recommendatory Letter" and "On Female Invalidism" by Dr. Mary Putnam Jacobi, in Nancy F. Cott, ed., *Root of Bitterness: Documents of the Social History of American Women* (New York: Dutton, 1972), pp. 292, 304.

Women were the primary patients: Showalter, op. cit., p. 56.

Victorian medicine: Ehrenreich and English, op. cit., p. 60.

Catherine Clément: "Enclave Esclave," in Elaine Marks and Isabelle de Courtivron, eds., *New French Feminisms: An Anthology* (New York: Schocken Books, 1981), p. 59.

Calm…face: Showalter, op. cit.

Menopause: John Conolly, "Construction," cited in Showalter, op. cit., p. 59.

Modernity: Stage, op. cit., p. 75.

Engels: Cited in Ann Oakley, *Housewife: High Value/Low Cost* (London: Penguin Books, 1987), pp. 46–47.

Scientific interest: See Peter Gay, *The Bourgeois Experience, Volume II: The Tender Passion* (New York: Oxford University Press, 1986).

Questions of safety arose: Vivien Walsh, "Contraception: The Growth of a Technology," The Brighton Women and Science Group, *Alice Through the Microscope: The Power of Science over Women's Lives* (London: Virago Press, 1980), p. 202.

Recasting freedom…as disease: See Carlotta Karlson Jacobson and Catherine Ettlings, *How to Be Wrinkle Free* (New York: Putnam, 1987): "Wrinkles…may not be life threatening in the purest sense, but the stress and anxiety they produce can alter (if not threaten) the quality of life." The authors describe skin "shock treatments meant to 'shock' [skin] back into beautiful shape." According to the authors, Steven Genender injects a toxin into the facial muscle so it will not express emotion; others sever facial muscles, leaving the face impassive.

Paleolithic fertility figures: Eugenia Chandris, *The Venus Syndrome* (London: Chatto & Windus, 1985).

Balin: "Despite Risks, Plastic Surgery Thrives," *The New York Times*, June 29, 1988.

Dr. Tostesen: "Harvard and Japanese Cosmetics Makers Join in Skin Research," *The New York Times*, August 4, 1989. The University of Pennsylvania has also accepted donations from cosmetics manufacturers for a $200,000 chair in "beauty and well-being" research.

Disabled people: Daniel Goleman, "Dislike of Own Body Found Common Among Women," *The New York Times*, March 19, 1985.

Bay Area: “Staying Forever Young,” *San Francisco Chronicle*, October 12, 1988.

Rose Cipollone: “Coffin Nails,” *The New York Times*, June 15, 1988.

Liquid fasts: Carla Rohlfing, “Do the New Liquid Diets Really Work?,” *Reader’s Digest*, June 1989; see also “The Losing Formula,” *Newsweek*, April 30, 1990.

Cancer detection more difficult: In a study involving twenty breast-cancer patients with implants, researchers found that none of the tumors had been detected early with X rays, and the cancer had spread to the lymph nodes of thirteen by the time the disease was detected: Michele Goodwin, “Silicone Breast Implants,” *The New Haven Advocate*, March 13, 1989. The Public Citizen Health Research Group made the charge to implant manufacturers Dow Corning Corp., citing the manufacturers’ own research that 23 percent of female laboratory rats implanted with silicone developed cancer. The Group also points out that implants have been followed only for ten or twelve years, not long enough for the cancers to develop. The literature of the American Society of Plastic and Reconstructive Surgery denies any risk.

Mental illness: Stanley Grand, “The Body and Its Boundaries: A Psychoanalytic View of Cognitive Process Disturbances in Schizophrenia,” *International Review of Psychoanalysis*, vol. 9 (1982), p. 327.

Stress: Daniel Goleman, “Researchers Find That Optimism Helps the Body’s Defense System” “Science Times,” *The New York Times*, April 20, 1989.

Schizophrenia: Daniel Brown, Harvard Medical School, quoted in Daniel Goleman, “Science Times,” *The New York Times*, March 15, 1985.

Manufacturing mental illness: Eating disorders are mutating into self-mutilation, creating a new wave of young women who cut themselves up. “A growing number of ‘self-lacerating’ young women…One bulimic binged and vomited until she felt so out of control that she ‘grabbed a knife and stuck it into [her] stomach.’” [Maggy Ross, “Shocking Habit,” *Company*, September 1988]. Three “attractive young women” who feel “physically repulsive” and “evil inside” regularly cut a pattern of up to sixty diagonal slashes on their forearms, feeling numb and detached. “I couldn’t stand being so

judged," said one [Michele Hanson, "An End to the Hurting," *Elle*, October 1988].

A million dollars: Gerald McKnight, *The Skin Game: The International Beauty Business Brutally Exposed* (London: Sidgwick and Jackson, 1989).

Surgery profits: *Standard and Poor's Industry Surveys*, 1988.

As a businessman: Ehrenreich and English, op. cit., p. 26.

Fetal experimentation, human organs: See *The New York Times*, August 1, 1988. See also Wendy Varley, "A Process of Elimination," *The Guardian*, November 28, 1989, and Aileen Ballantyne, "The Embryo and the Law," *The Guardian*, September 8, 1989.

"There are, in a civilized society, some things that money can't buy": Ruling on Baby M. Case. *In re Baby M.*, 537 A2d 1227 (N.J.) 1988; *In re Baby M.*, 225 N.J. Super. 267 (S. Ct., N.J., 1988) 73.

Robert Jay Lifton, *The Nazi Doctors: Medical Killing and the Psychology of Genocide* (New York: Basic Books, 1986).

Experimentation: "Use me to 'experiment'": Quoted in Maria Kay, "Plastic Makes Perfect," *She*, July 1988.

Stomach stapling experiments: Paul Ernsberger, "The Unkindest Cut of All: The Dangers of Weight-Loss Surgery," *Radiance*, Summer 1988.

Dr. Stuart Yuspa of the National Cancer Institute refers to Retin-A/ tretonoin prescriptions as "a human experiment." [Jane E. Brody, "Personal Health," *The New York Times*, June 16, 1988.]

Nuremberg: The Code of Ethics of Human Experimentation was laid down on August 19, 1947, at the Nuremberg Military Tribunal. [See David A. Frankele, "Human Experimentation: Codes of Ethics," in Amnon Karmi, ed., *Medical Experimentation* (Ramat Gan, Israel: Turtledove Publishing, 1978).] The Berlin Medical School adapted a formulation (by Thomas Percival, 1803), a version of which was later adapted by the American Medical Association, that forbids "risk of any man's life…by vain experimentation, or doubtful means" and condemns debasing oneself by employing one's art "for…immoral purposes."

In September 1948, the General Assembly of the World Medical Association adopted the Declaration of Geneva: "A doctor shall not in

any circumstances do, authorize to be done or condone anything that would weaken the physical or mental resistance of a human being, except for the prevention and treatment of disease."

The Nuremberg Code was "meant to reinstate 'existing general principles of human experimentation accepted by all civilized nations.'" German courts after Nuremburg "have considered every medical operation or other treatment invading the human body technically to be assault and battery, which in general needs to be justified by the patient's informed consent." [A. Karmi, "Legal Problems," in *Medical Experimentation*.]

Without "free choice," the procedure is criminal: "It is generally agreed that scientific experiments cannot be undertaken without the *free consent* of the person subjected to them after having been duly informed." [Gerfried F. Scher, quoted in Karmi, op. cit., p. 100.] Moreover, "the decision to participate in a scientific clinical trial must be perfectly free and uninfluenced by any sort of dependency." [Ibid., p. 101]

Cosmetic surgery violates current codes of medical ethics as well: As the chief U.S. medical adviser at the war trials adapted the code:

"The voluntary consent of the human subject is absolutely essential. This means that the person involved should have the legal capacity to give consent, should be so situated as to be able to exercise free power of choice, without the intervention of any element of force, fraud, deceit, duress, overreaching, or other ulterior form of constraint or coercion; and should have sufficient knowledge of the subject matter involved as to enable him to make an understanding and enlightened decision. The duty and responsibility for ascertaining the quality of the consent rests with the experimenter (minors cannot be considered to consent)…. The degree of risk to be taken should never exceed that determined by the humanitarian importance of the problem to be solved in the experiment." Regarding fraud, deceit, etc.: The State Court of Michigan ruled that the "inherently coercive atmosphere" surrounding one medical experiment made "truly informed consent impossible." Regarding minors' maturity to consent: Cosmetic surgeons have targeted teenage girls as a new market; they operate on them with parental consent in spite of their status as minors.

Regarding nontherapeutic experiments: "The risks to be run must be in *reasonable proportion* to the possible benefits. *If the experiment entails actual risk to the subject's life, his consent is invalid even if he has been informed of this*…. The same holds true where there is an actual risk of

heavy and lasting damage to the patient's health." [Italics added]

For the patient's own benefit, the experimental nature of new treatments must be disclosed: "His general consent to the treatment without knowing its experimental character is not sufficient." The law governing medical practice in the United States depends on the concepts of Standards of Care to distinguish between those medical and surgical procedures generally accepted by the medical professions and those that are not. According to Martin L. Norton: "We should... regard anything done to a patient, which is not for his direct therapeutic benefit or contributory to the diagnosis of his disease, as constituting an experiment." [Ibid., pp. 107–109] 1 in 30,000 possibility of death: Joanna Gibbon, *Independent Guide to Cosmetic Surgery (The Independent*, 1989), pamphlet, p. 7.

According to the *Guide,* silicone implants for breast augmentation "leach to other parts of the body, and the long-term effects are unknown," and there is a 10 to 40 percent chance that the scar tissue will harden into "a cricket ball," necessitating "a further operation to split the scar capsule." [Ibid., p. 8.] McKnight, op. cit., asserts that the chances are 70 percent that the implants will harden. Dr. Peter Davis at St. Thomas Hospital in England asserts that "Mortality...is reported to be up by 10 percent in America." [McKnight, op. cit, pp. 114, 120.] "If [U.S.] doctors were to admit to a 10 percent failure rate, which is normal in our experience out of every thousand facelifts, they'd lose their practice. Take the breast prosthesis we've been inserting for years here—it has a 70 percent complication rate. Yet there are people in America quoting 1 percent. *One* of us has to be telling the truth."

Liposuction deaths: Wenda B. O'Reilly, *The Beautiful Body Book: A Guide to Effortless Weight Loss*. (New York: Bantam, 1989).

Liposuction...count of eleven: Robin Marantz Henig, "The High Cost of Thinness," *The New York Times Magazine*, February 28, 1988.

As many as 90 percent: See McKnight, op. cit When I asked the spokeswoman for the ASPRS what the likelihood of "capular contraction," in her words, might be, she replied, "It's impossible to say. Some surgeons have ten percent and some have ninety percent." "Aren't there any studies with complication rates?" "No. Every woman's different. It's not fair to a woman to tell her she can't have the operation because there might be these numbers."

Addicts: See Maria Kay, "Plastic Makes Perfect," *She*, July 1988: "It's quite painful afterwards, because your jaw feels dislocated...you have

to go on a liquid diet…food particles cause infection if they catch in the stitches, but you can't chew anyway. You can't smile, your face aches. My face swelled up like a hamster's and I had terrible yellow bruising and trauma." Chemical peeling "makes you go brown and crispy, then a scab forms and drops off." See also "Scalpel Slaves Just Can't Quit!," *Newsweek*, January 11, 1988.

Double standard: See "Government to Ban Baldness, Sex Drugs," *Danbury* (Conn.) *News Times*, July 8, 1989.

Fraud: Paul Ernsberger, "Fraudulent Weight-Loss Programs: How Hazardous?," *Radiance*, Fall 1985, p. 6; "Investigating Claims Made by Diet Programs," *The New York Times*, September 25, 1990.

In Britain: The British Medical Association has issued a statement deploring direct access of patients to cosmetic surgery clinics, but the General Medical Council can do nothing about it.

90 percent unregulated: Cable News Network, April 19, 1989; also Claude Solnick, "A Nip, a Tuck, and a Lift," *New York Perspectives*, January 11–18, 1991, pp. 12–13.

Congressional hearings: See Federal Trade Commission Report, *Unqualified Doctors Performing Cosmetic Surgery: Policies and Enforcement Activities of the Federal Trade Commission*, Parts I, II, and III, Serial no. 101–7.

Weir: Jeremy Weir, "Breast Frenzy," *Self*, April 1989.

Nipple death: Penny Chorlton, *Cover-up: Taking the Lid Off the Cosmetics Industry* (Wellingborough, U.K.: Grapevine, 1988), p. 244. See also the literature of the American Society of Plastic and Reconstructive Surgeons.

Genital mutilation: Gloria Steinem, "The International Crime of Genital Mutilation," in *Outrageous Acts and Everyday Rebellions* (New York: Holt, Rinehart & Winston, 1983), pp. 292–300.

Footbinding: Andrea Dworkin, *Woman Hating* (New York: Dutton, 1974), pp. 95–116.

Dr. Symington-Brown: Sarah Stage, *Female Complaints: Lydia Pinkham and the Business of Women's Medicine* (New York: W. W. Norton, 1981), p. 77.

Weldon: Fay Weldon, *The Life and Loves of a She-Devil* (London:

Coronet Books, 1983): "One day, we vaguely know, a knight in shining armour will gallop by, and see through to the beauty of the soul, and gather the damsel up and set a crown on her head, and she will be queen. But there is no beauty in my soul…so I must make my own, and since I cannot change the world, I will change myself" (p. 56). Weldon wrote a pro-surgery article for *New Woman*, November 1989.

Ovariotomies: Stage, op. cit.; also Ehrenreich and English, op. cit., p. 35.

Electroshock: *Newsweek*, July 23, 1956, reports that a behavior-modification program used electric shock when subjects ate their favorite foods; cited in Seid, op. cit., p. 171.

Electric shock: Showalter, op. cit., p. 217, citing Sylvia Plath, *The Journals of Sylvia Plath*, Ted Hughes and Frances McCullough, eds. (New York: Dial Press, 1982), p. 318.

Harm: Suzanne Levitt, "Rethinking Harm: A Feminist Perspective," Yale Law School, unpublished doctoral thesis, 1989.

Right to life: Andrea Dworkin, op. cit., p. 140.

Rich: Adrienne Rich, *Of Woman Born: Motherhood as Experience and Institution* (London: Virago Press, 1977).

Dissociate: Lynda Birke et al., "Technology in the Lying-in Room," in *Alice Through the Microscope*, op. cit., p. 172.

Trivialization: See Lewis M. Feder and Jane Maclean Craig, *About Face* (New York: Warner Books, 1989): "Just as a seamstress can reshape a garment by taking necessary 'nips and tucks,' so the cosmetic surgeon can alter the contours of the facial skin" [p. 161].

Health at work: Occupational Safety and Health Act of 1970, United States Code, Title 29, Sections 651–658.

Facelifts: "What a shock!," quoted in Jeanne Brown, "How Much Younger My Short Haircut Made Me Look!," *Lear's*, July/August 1988. See also Saville Jackson, "Fat Suction—Trying It for Thighs," *Vogue*, October 1988: "The insides of my thighs are *black*. I am aghast but the surgeon seems quite pleased."

There are several "feminist" readings of cosmetic surgery: Surgeon Michele Copeland, in "Let's Not Discourage the Pursuit of Beauty," *The*

New York Times, September 29, 1988, urges women to "burn their bras" with breast surgery. Carolyn J. Cline, M.D., in "The Best Revenge: Who's Afraid of Plastic Surgery?," *Lear's*, July/August 1988, urges women to have facelifts with the exhortation, "Voilà! You've been led to freedom."

Moral insanity: The term is attributed to asylum innovator John Conolly, cited in Showalter, op. cit., p. 48. See also Phyllis Chester, Ph.D., *Women and Madness* (Garden City, N.Y.: Doubleday, 1972).

Stomach stapling: See Paul Ernsberger, "The Unkindest Cut of All," op. cit.

200,000 pounds of fat: Harper's Index, *Harper's*, January 1989.

Neimark: Jill Neimark, "Slaves of the Scalpel," *Mademoiselle*, November 1988, pp. 194–195.

Lifton: Robert Jay Lifton, *The Nazi Doctors: Medical Killing and the Psychology of Genocide* (New York: Basic Books, 1986), p. 31.

Any kind of experiment: Ibid., p. 294.

"The doctor…": Relevant to the discussion, the reader is reminded of the Oath of Hippocrates. It reads:

I swear by Apollo Physician, by Asclepius, by Health, by Panacea, and by all the gods and goddesses, making them my witnesses, that I will carry out, according to my ability and judgment, this oath and this indenture…. I will use treatment to help the sick according to my ability and judgment, but never with a view to injury or wrongdoing…. I will keep pure and holy both in my life and my art. In whatsoever house I enter, I will enter to help the sick, and I will abstain from all intentional wrongdoing and harm…. now if I carry out this oath, and break it not, may I gain forever reputation among all men for my life and for my art; but if I transgress it and forswear myself, may the opposite befall me.

"These people are already dead": Attributed to Nazi doctor Karl Bunding, quoted in ibid., p. 47.

The Reich Committee: Ibid., p. 70.

Liberating therapy for the race: Ibid., p. 26.

Trivialization: Ibid., p. 57.

Expansion of categories: Ibid., p. 56. "Excessive zeal" was widespread, excused as a product of "the idealism of the time."

Life unworthy of life: Ibid., p. 302.

The doctor…very dangerous: Ibid., p. 430.

Cosmopolitan: Catherine Houck, "The Rise and Fall and Rise of the Bosom," *Cosmopolitan*, June 1989.

Every popular model: Dr. Steven Herman, quoted in *Glamour*, September 1987.

Miss America: Ellen Goodman, "Misled America: The Pageant Gets Phonier," *Stockton* (Calif.) *Record*, September 19, 1989.

Artificial placenta: Jalna Hammer and Pat Allen, "Reproductive Engineering: The Final Solution?," in *Alice Through the Microscope*, op. cit., p. 221. Also being researched are an artificial skin, and a pill that manipulates the pituitary gland to promote height.

Grossman: Edward Grossman, quoted in Hammer and Allen, op. cit., p. 210, lists the "benefits" that will accrue from an artificial placenta. Grossman reports that the Chinese and Russians are both interested in the artificial placenta.

Moving into an era: Hammer and Allen, op. cit., p. 211.

Gestate their white babies: Lecture, Catharine A. MacKinnon, Yale University Law School, April 1989. In 1990, a custody suit was brought for an infant carried to term in a genetically unrelated "rented" uterus.

To predetermine sex: Hammer and Allen, op. cit., p. 215.

Passivity and beauty: Ibid., p. 213.

Psychotropic drugs: Oakley, op. cit., p. 232.

Valium: Ruth Sidel, *Women and Children Last: The Plight of Poor Women in Affluent America* (New York: Penguin Books, 1987), p. 144.

Tranquilizers: Debbie Taylor et al., *Women: A World Report* (Oxford: Oxford University Press, 1985) p. 46.

Amphetamines first appeared in 1938, their dangers unknown. By 1952, 60,000 pounds of them were produced in the United States

annually, with doctors prescribing them regularly for weight loss: Roberta Pollack Seid, *Never Too Thin: Why Women Are at War with Their Bodies* (New York; Prentice Hall, 1989) p. 106.

Sedated slimness: John Allman, “The Incredible Shrinking Pill,” *The Guardian*, September 22, 1989.

Bibliography

de Beauvoir, Simone. *The Second Sex*. New York: Penguin, 1986. (1949) Greer, Germaine. *The Female Eunuch.* London: Paladin Grafton Books, 1985.

Reed, Evelyn. *Sexism and Science.* New York: Pathfinder Press, 1978.

———. *Woman's Evolution: From Matriarchal Clan to Patriarchal Family*. New York: Pathfinder Press, 1975.

Russett, Cynthia Eagle. *Sexual Science: The Victorian Construction of Womanhood.* Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1989.

Stone, Merlin. *When God Was a Woman*. San Diego: Harvest, 1976.

Walker, Barbara G. *The Crone: Woman of Age, Wisdom, and Power.* New York: Harper & Row, 1988.

Work

Anderson, Bonnie S., and Judith P. Zinsser. *A History of Their Own: Women in Europe from Prehistory to the Present.* Vols. I and II. New York: Harper & Row, 1988.

Cava, Anita. "Taking Judicial Notice of Sexual Stereotyping (*Price Waterhouse* v. 329 *Hopkins,* 109 S. Ct. 1775)," in *Arkansas Law Review.* Vol. 43 (1990), pp. 27–56.

Cohen, Marcia. *The Sisterhood: The Inside Story of the Women's Movement and the Leaders Who Made It Happen.* New York: Fawcett Columbine, 1988.

Craft, Christine. *Too Old, Too Ugly, and Not Deferential to Men.* New York: Dell, 1988.

Eisenstein, Hester. *Contemporary Feminist Thought.* London: Unwin Paperbacks, 1985.

Eisenstein, Zillah R. *The Female Body and the Law.* Berkeley: University of California Press, 1988.

Hearn, Jeff; Deborah L. Sheppard; Peta Tancred-Sheriff; and Gibson Burrell, eds. *The Sexuality of Organization. London:* Sage Publications, 1989.

Hewlett, Sylvia Ann. *A Lesser Life*. New York: Warner Books, 1986.

Hochschild, Arlie, with Anne Machung. *The Second Shift: Working Parents and the Revolution at Home.* New York: Viking, 1989.

Kanowitz, Leo. *Women and the Law: The Unfinished Revolution.* Albuquerque: University of New Mexico Press, 1975.

Lefkowitz, Rochelle, and Ann Withorn, eds. *For Crying Out Loud: Women and Poverty in the United States*. New York: Pilgrim Press, 1986.

MacKinnon, Catharine A. *Feminism Unmodified: Discourses on Life and Law*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1987.

———. *Sexual Harassment of Working Women.* New Haven: Yale University Press, 1979.

———. *Toward a Feminist Theory of the State.* Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1989.

Miles, Rosalind. *The Women's History of the World.* London: Paladin, 1989.

Millett, Kate. *Sexual Politics.* London: Virago, 1985.

Minton, Michael, with Jean Libman Block. *What Is a Wife Worth?* New York: McGrawHill, 1983.

Molloy, John T. *The Woman's Dress for Success Book.* New York: Warner Books, 1977.

Oakley, Ann. *Housewife; High Value/Low Cost.* London: Penguin, 1987.

Richards, Janet Radcliffe. "The Unadorned Feminist" in *The Sceptical Feminist: A Philosophical Enquiry.* Harmondsworth, England: Penguin, 1980.

Radford, Mary F. "Beyond *Price Waterhouse* v. *Hopkins* (109 S. Ct. 1775): A New Approach to Mixed Motive Discrimination" in *North Carolina Law Review.* Vol.

68 (March 1990), pp. 495–539.

———. "Sex Stereotyping and the Promotion of Women to Positions of Power," in *The Hastings Law Journal.* Vol. 41 (March 1990), pp. 471–535.

Rix, Sarah E., ed. *The American Woman, 1988–89: A Status Report.* New York: W. W. Norton, 1988.

Rowbotham, Sheila. *Woman's Consciousness, Man's World.* Harmondsworth, England: Penguin, 1983.

Sidel, Ruth. *Women and Children Last: The Plight of Poor Women in Affluent America.* New York: Penguin, 1986.

Swan, Peter N. "Subjective Hiring and Promotion Decisions in the Wake of Ft. Worth (*Watson* v. *Fort Worth Bank & Trust,* 108 S. Ct. 2777), Antonio (*Wards Cove Packing Co., Inc.* v. *Antonio,* 109 S. Ct. 2115) and Price Waterhouse (*Price Waterhouse* v. *Hopkins,* 109 S. Ct. 1775)," in *The Journal of College and University Law.* Vol. 16 (Spring 1990), pp. 553–72.

Taylor, Debbie et. al. *Women: A World Report.* Oxford: Oxford University Press, 1985.

Tong, Rosemary. *Women, Sex, and the Law.* Totowa, N.J.: Rowman &

Al-lanheld, 1984.

Steinem, Gloria. *Outrageous Acts and Everyday Rebellions.* New York: Holt, Rinehart and Winston, 1983.

Waring, Marilyn. *If Women Counted: A New Feminist Economics.* New York: Harper & Row, 1988.

Religion

Appel, Willa. *Cults in America: Programmed for Paradise.* New York: Henry Holt, 1983.

Cott, Nancy F. *The Bonds of Womanhood: "Woman's Sphere" in New England, 1780–1835*. New Haven: Yale University Press, 1977.

———. *Root of Bitterness: Documents of the Social History of American Women.* New York: Dutton, 1972.

Galanter, Marc, ed. *Cults and Religious Movements: A Report of the American Psychiatric Association.* Washington, D.C.: The American Psychiatric Association, 1989.

Halperin, David A., ed. *Psychodynamic Perspectives on Religion, Sect and Cult.* Boston: J. Wright, PSG, Inc., 1983.

Hassan, Steven. *Combating Cult Mind Control*. New York: Harper & Row, 1988.

Lasch, Christopher. *The Culture of Narcissism: American Life in an Age of Diminishing Expectations.* New York: W. W. Norton, 1979.

McKnight, Gerald. *The Skin Game: The International Beauty Business Brutally Exposed.* London: Sidgwick & Jackson, 1989.

Culture

Berger, John. *Ways of Seeing*. London: Penguin Books, 1988.

Brookner, Anita. *Look at Me*. London: Triad Grafton, 1982.

Chorlton, Penny. *Cover-up: Taking the Lid Off the Cosmetics Industry.* Wellingborough, England: Grapevine, 1988.

Ferguson, Marjorie. *Forever Feminine: Women's Magazines and the Cult of Femininity.* Brookfield, England: Gower, 1985.

Friedan, Betty. *The Feminine Mystique.* London: Penguin Books, 1982.

———. *The Second Stage.* New York: Summit Books, 1981.

Gamman, Lorraine, and Margaret Marshment, eds. *The Female Gaze: Women as Viewers of Popular Culture.* London: The Women's Press, 1988.

Gay, Peter. *The Bourgeois Experience: Victoria to Freud. Volume I: Education of the Senses.* Oxford: Oxford University Press, 1984.

———. *The Bourgeois Experience: Victoria to Freud. Volume II: The Tender Passion.* Oxford: Oxford University Press, 1986.

Kent, S., and J. Morreau, eds. *Women's Images of Men.* New York: Writers and Readers Publishing, 1985.

Lapham, Lewis H. *Money and Class in America: Notes on the Civil Religion.* London: Picador, 1989.

Oakley, Ann. *The Sociology of Housework.* Oxford: Basil Blackwell, 1985.

Reich, Wilhelm. *The Mass Psychology of Fascism.* New York: Penguin Books, 1978.

Root, Jane. *Pictures of Women:* Sexuality. London: Pandora Press, 1984.

Wilson, Elizabeth, and Lou Taylor. *Through the Looking Glass: A History of Dress from 1860 to the Present Day.* London: BBC Books, 1989.

Winship, Janice. *Inside Women's Magazines.* London: Pandora Press, 1987.

Sex

Brownmiller, Susan. *Against Our Will: Men, Women and Rape*. New York: Simon & Schuster, 1975.

Carter, Angela. *The Sadean Woman: An Exercise in Cultural History.* London: Virago Press, 1987.

Caputi, Jane. *The Age of Sex Crime.* London: The Women's Press, Ltd., 1987.

Cassell, Carol. *Swept Away: Why Women Fear Their Own Sexuality*. New York: Simon & Schuster, 1984.

Chodorow, Nancy J. *Feminism and Psychoanalytic Theory.* New Haven: Yale University Press, 1989.

Cole, Susan G. *Pornography and the Sex Crisis*. Toronto: Amanita, 1989.

Coward, Rosalind. *Female Desire: Women's Sexuality Today.* London: Paladin, 1984.

Crewdson, John. *By Silence Betrayed: The Sexual Abuse of Children in America*. New York: Harper & Row, 1988.

Danica, Elly. *Don't: A Woman's Word.* London: The Women's Press, 1988.

Dinnerstein, Dorothy. *Sexual Arrangements and the Human Malaise.* New York: Harper Colophon, 1976.

Dworkin, Andrea. *Pornography: Men Possessing Women.* London: The Women's Press, 1984.

Ehrenreich, Barbara, and Deirdre English. *For Her Own Good: 150 Years of the Experts' Advice to Women.* New York: Anchor/Doubleday, 1979.

———, Elizabeth Hess, and Gloria Jacobs. *Re-Making Love: The Feminization of Sex.* New York: Anchor/Doubleday 1986.

Estrich, Susan. *Real Rape.* Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1987.

Finkelhor, David. *Sexually Victimized Children.* New York: The Free Press, 1979.

———, and Kersti Yllo. *License to Rape: Sexual Abuse of Wives.* New York: The Free Press, 1985.

Firestone, Shulamith. *The Dialectic of Sex.* New York: Bantam, 1971.

Friday, Nancy. *My Secret Garden: Women's Sexual Fantasies.* New York: Pocket Books, 1974.

Foucault, Michel. *The History of Sexuality. Vol. 1: An Introduction.* New York: Vintage, 1980.

Griffin, Susan. *Pornography and Silence*. New York: Harper & Row, 1984.

Hite, Shere. *The Hite Report on Female Sexuality*. London: Pandora Press, 1989.

Katz, Judy H. *No Fairy Godmothers, No Magic Wands: The Healing Process After Rape.* Saratoga, Calif.: R&E Publishers, 1984.

Kinsey, A. C.; W. B. Pomeroy; C. E. Martin; and P. H. Gebhard, eds. *Sexual Behavior in the Human Female.* Philadelphia: W. B. Saunders Co., 1948.

Minot, Susan. *Lust and Other Stories*. Boston: Houghton Mifflin, 1989.

Mitchell, Juliet, and Jacqueline Rose, eds.; Jacques Lacan and The Ecolc Freu-dienne. *Feminine Sexuality.* London: MacMillan, 1982.

———. *Psychoanalysis and Feminism: Freud, Reich, Lang and Women.* New York: Vintage Books, 1974.

Russell, Diana E. H. *The Politics of Rape: The Victim's Perspective.* New York: Stein & Day, 1984.

———. *Rape in Marriage.* Bloomington, Ind.: Indiana University Press, 1990.

———. "The Incidence and Prevalence of Intrafamilial and Extrafamilial Sexual Abuse of Female Children," in *International Journal of Child Abuse and Neglect,* 7 (1983), pp. 133–139.

Snitow, Ann; Christine Stansell; and Sharon Thompson; eds. *The Powers of Desire.* New York: Monthly Review Press, 1983.

Suleiman, Susan Rubin. *The Female Body in Western Culture.* Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1986.

Vance, Carol S., ed. *Pleasure and Danger: Exploring Female Sexuality*. Boston: Routledge and Kegan Paul, 1984.

Warshaw, Robin. *I Never Called It Rape*. New York: Harper & Row, 1988.

Woolf, Virginia. *Three Guineas*. New York: Penguin Books, 1982.

Walker, Alice. *You Can't Keep a Good Woman Down.* San Diego: Harvest, 1988.

Hunger

Atwood, Margaret. *The Edible Woman.* London: Virago Press, 1989.

Barnett, Rosalind C.; Lois Biener; and Grace K. Baruch, eds. *Gender and Stress.* New York: The Free Press, 1987.

Bell, Rudolph. *Holy Anorexia.* Chicago: The University of Chicago Press, 1985.

Bruch, Hilde; Danita Czyzewski; and Melanie A. Suhr, eds. *Conversations with An-orexics.* New York: Basic Books, 1988.

———. *Eating Disorders: Obesity, Anorexia Nervosa and the Person Within.* London: Routledge and Kegan Paul, 1974.

———. *The Golden Cage: The Enigma of Anorexia Nervosa.* London: Open Books, 1978.

Brumberg, Joan Jacobs. *Fasting Girls: The Emergence of Anorexia Nervosa as a Modern Disease.* Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1988.

Chernin, Kim. *The Hungry Self: Women, Eating and Identity*. London: Virago Press, 1986.

———. *The Obsession: Reflections on the Tyranny of Slenderness.* New York: Perennial Library, 1981.

Hollander, Ann. *Seeing Through Clothes.* New York: Penguin, 1988.

Hsu, L. K. George. *Eating Disorders.* New York: The Guilford Press, 1990.

Jacobus, Mary; Evelyn Fox Keller; and Sally Shuttleworth; eds. *Body/ Politics: Women and the Discourses of Science.* New York: Routledge, 1990. See especially, Susan Bordo, “Reading the Slender Body,” pp. 83–112.

Lawrence, Marilyn. *The Anorexic Experience*. London: The Women’s Press, 1988.

———, ed. *Fed Up and Hungry*. London: The Women’s Press, 1987.

Orbach, Susie. *Fat Is a Feminist Issue*. London: Hamlyn, 1979.

———. *Hunger Strike: The Anorectic's Struggle as a Metaphor for our Age.* London: Faber and Faber, 1986 (especially pp. 74–95).

Pomeroy, Sarah B. *Goddesses, Whores, Wives and Slaves: Women in Classical Antiquity*. New York: Schocken Books, 1975.

Pyke, Magnus. *Man and Food*. London: Weidenfeld & Nicolson, 1970.

Seid, Roberta Pollack. *Never Too Thin: Why Women Are at War with Their Bodies.* New York: Prentice-Hall, 1989.

Szekeley, Eva. *Never Too Thin*. Toronto: The Women's Press, 1988.

Tolmach Lakoff, Robin, and Raquel L. Scherr. *Face Value: The Politics of Beauty*. Boston: Routledge and Kegan Paul, 1984.

Woolf, Virginia. *A Room of One's Own.* San Diego: Harvest/HBJ, 1989.

Violence

Brighton Women and Science Group. *Alice Through the Microscope: The Power of Science Over Women's Lives.* London: Virago Press, 1980.

Chesler, Phyllis. *Women and Madness.* Garden City. N.Y.: Doubleday & Co., 1972.

Dworkin, Andrea. *Letters from a War Zone: Writing 1976–1987.* London: Secker & Warburg, 1988.

———. *Woman Hating.* New York: E. P. Dutton, 1974.

Kappeler, Susanne. *The Pornography of Representation.* Minneapolis: University of Minnesota Press, 1986.

Karmi, Amnon, ed. *Medical Experimentation.* Ramat Gan, Israel: Turtledove Publishing, 1978.

Koonz, Claudia. *Mothers in the Fatherland: Women, the Family and Nazi Politics.* London: Methuen, 1987.

Lifton, Robert Jay. *The Nazi Doctors: Medical Killing and the Psychology of Genocide.* New York: Basic Books, 1986.

Rich, Adrienne. *Of Woman Born: Motherhood as Experience and Institution.* New York: Virago Press, 1986.

Showalter, Elaine. *The Female Malady: Women, Madness and English Culture, 1830–1980.* New York: Penguin, 1987.

Silverman, William A. *Human Experimentation: A Guided Step into the Unknown*. Oxford: Oxford University Press, 1985.

Solomon, Michael R., ed. *The Psychology of Fashion.* Lexington, Mass.: Lexington Books, 1985.

Sontag, Susan. *A Susan Sontag Reader*. New York: Vintage Books, 1983.

Stage, Sarah. *Female Complaints: Lydia Pinkham and the Business of Women's Medicine.* New York: W. W. Norton, 1981.

Weldon, Fay. *The Life and Loves of a She-Devil.* London: Coronet Books, 1983.

General

Banner, Lois W. *American Beauty*. New York: Knopf, 1983.

Brownmiller, Susan. *Femininity*. New York: Simon & Schuster, 1984.

Freedman, Rita Jackaway. *Beauty Bound.* Lexington, Mass.: Lexington Books, 1986.

Hatfield, Elaine, and Susan Sprecher. *Mirror, Mirror: The Importance of Looks in Everyday Life.* Albany: State University of New York Press, 1986.

Kinzer, Nora Scott. *Put Down and Ripped Off: The American Woman and the Beauty Cult.* New York: Crowell, 1977.

Table of Contents